

Atavist, Pageflow und Shorthand: Eine vergleichende Untersuchung von Storytelling-Tools

AUTOR	Nicolas Kaufmann
TITEL DER ABSCHLUSSARBEIT	„Digitales Storytelling – Eine Untersuchung zu Darstellungsformen, Nutzen und Tools“ (B.Sc.)
BETREUER	Prof. Dr. Andreas Schümchen, Prof. Dr. Uwe Brummund
DATUM DER VERÖFFENTLICHUNG	01.08.2018

Im Jahr 2012 gelang es der *New York Times* mit „Snow Fall“ weltweites Aufsehen zu erregen: Ein umfangreicher multimedialer Beitrag in sechs Kapiteln auf einer eigenständigen Homepage berichtet auf narrative Weise von einem Lawinenunglück in den USA. „Snow Fall“ ist deutlich textzentriert und lässt den Rezipienten zugleich auch anhand von Bildern und Bildergalerien, Videos und Audios sowie aufwendigen bildschirmfüllenden Animationen das Lawinenunglück nacherleben. Innerhalb der ersten sechs Tage nach der Veröffentlichung wurde der Beitrag 3,5 Millionen Mal aufgerufen. Durchgehend befanden sich rund 22.000 Besucher auf der Seite. Damit gehört „Snow Fall“ zu den ersten Beiträgen dieser Darstellungsform: dem digitalen Storytelling. Im Jahr 2013 wurde er mit dem bedeutenden Pulitzer-Preis ausgezeichnet. Der große Erfolg löste Interesse bei Medienunternehmen weltweit aus: Sie begannen, Beiträge im Format des digitalen Storytellings zu produzieren. Dabei nahmen sie „Snow Fall“ zum Vorbild und trugen zur Etablierung des digitalen Storytellings im Online-Journalismus bei.

Die im Jahr 2013 veröffentlichten Beiträge „Arabellion – Was vom Frühling bleibt“ von der *Rhein Zeitung* und „100 Jahre Tour de France“ von *Zeit Online* zählen zu den ersten digitalen Storytellings in Deutschland. Das digitale Storytelling meint damit die Gesamtheit geschichtenorientierter Darstellungsformen auf Online-Plattformen. Durch die Nutzung der internetspezifischen Qualitäten (Multimedialität, Interaktivität, Partizipation, Verlinkung, Selektivität, Utility und Usability) und dem Einsatz von vielseitigen Hintergrundinformationen kann es sich über die oftmals im Online-Journalismus auftretende Mehrfachverwertung von Inhalten hinwegsetzen.

Wie schon die genannten Beiträge programmierten Produzenten Beiträge im digitalen Storytelling anfangs selbst. Sie basieren auf wochen- bis monatelanger Arbeit, bei der große Teams aus Produzenten beteiligt waren. Um das digitale Storytelling für Medienunternehmen lukrativ nutzbar zu machen, existiert eine zunehmende Zahl von Tools, Software also, die das deutlich weniger zeitaufwendige Produzieren mithilfe zur Verfügung stehender Seitenvorlagen möglich machen. Drei oftmals verwendete Tools zur Produktion als auch zur Veröffentlichung von Beiträgen im digitalen Storytelling sind Atavist, Pageflow und Shorthand. Statt eigenem Programmieren können verschiedene multimediale Elemente in der Regel mit wenigen Mausklicks integriert werden.

Nutzung kostenlos, Veröffentlichung tarifgebunden

Der amerikanische Hersteller von Atavist, der deutsche Hersteller von Pageflow sowie der australische Hersteller von Shorthand erlauben jeweils mit ihren Tools die kostenlose Produktion von Beiträgen. Die Veröffentlichung der Beiträge ist allerdings kostenpflichtig. So müssen Veröffentlichungen in Form von Abonnements monatlich oder jährlich bezahlt werden. Atavist erlaubt im Gegensatz zu Pageflow und Shorthand die kostenlose Veröffentlichung des ersten Beitrags. Außerdem können Produzenten neben einem Monats- oder Jahres-Abonnement auch pro Veröffentlichung zahlen. Bei allen drei Tools stehen dabei verschiedene Tarife zur Wahl, die dementsprechend eine nicht ganz gleiche Menge an Funktionen ermöglichen:

- Atavist bietet vier Tarife ab 15,00 bis 250,00 Dollar (umgerechnet 13,00 bis 215,00 Euro) monatlich.
- Bei Pageflow stehen sechs Tarife zur Auswahl, die ab 8,50 bis 399,00 Euro monatlich kosten.
- Bei Shorthand ist kein Monats-Abonnement, sondern ausschließlich ein Jahres-Abonnement möglich, wobei Produzenten zwischen drei Tarifen wählen können: Diese liegen bei 1.000 bis 50.000 Dollar (umgerechnet zwischen rund 860,00 und 43.000,00 Euro).

Auf die Gestaltungsmöglichkeiten der verschiedenen Tarife wird in diesem Bericht nicht weiter eingegangen, denn er bezieht sich auf die kostenlosen Varianten der drei Tools.

Deutliche Parallelen trotz Unterschieden bei den Gestaltungsmöglichkeiten

Beginnt man die Produktion mit Atavist, Pageflow und Shorthand, so werden Unterschiede in den Gestaltungsmöglichkeiten deutlich. Atavist führt die Liste der verfügbaren Seitenvorlagen mit 21 in der Zahl an – gefolgt von Pageflow mit 13 Seitenvorlagen und Shorthand mit einer bedeutend geringeren Zahl von sechs Seitenvorlagen. Besonders vorteilhaft ermöglicht Atavist die Implementierung von Parallax-Bildern, Audios mittels SoundCloud, Google Maps und Tweets. Mithilfe der Vielzahl der Seitenvorlagen lassen sich zudem auch Diagramme, Tabellen, Info-Text-Kästen sowie Java-Script und Videos mittels YouTube und Vimeo einfügen. Audios als Loops im Hintergrund können nicht auf eine einzelne Seite bezogen werden, sodass Atavist die Audios, unabhängig an welcher Stelle man sich im Beitrag befindet, abspielt. Videos im Autoplay-Format können ausschließlich auf der ersten Beitragsseite eingesetzt werden. Dafür können Bilder und Videos in verschiedenen Ansichtsgrößen dargestellt werden: von bildschirmfüllend, in Teilbreite, bis zu im kleinen Format links oder rechts neben einem Text. Lediglich mit Atavist können Bilder im Hochformat vollständig dargestellt werden. Auch nur bei Atavist ist eine Bilder-Diashow realisierbar.

Das deutschsprachige Pageflow lässt sich durch eine im Grundsatz auditive und visuelle Darstellung charakterisieren. Bilder und Videos werden bildschirmfüllend dargestellt, was zur Folge hat, dass sie in der Regel immer als Vollbild Anwendung finden. Sie werden somit meist im Hintergrund angezeigt, sodass Texte auf diesen platziert werden. Dazu kann bei jedem Seitentyp ein Audio im Hintergrund abgespielt werden. Eine Autoplay-Funktion existiert außerdem für Videos, die im Gegensatz zu Atavist und Shorthand bei Pageflow quasi uneingeschränkt funktioniert. Man merkt, dass ein Rundfunksender (der WDR) hinter der Entwicklung des Tools steckt. Die Regulierung der Hintergrundabblendung ist bei Pageflow dank der Ein-Prozent-Skala genauer umsetzbar als bei Atavist und Shorthand. Denn bei Atavist kann eine Regulierung der Hintergrundabblendung nicht individuell für jede Seite einzeln vorgenommen werden. Bei Shorthand ist dies bedingt anhand der Fünf-Prozent-Skala möglich. Die Regulierung ist allerdings nicht bei jedem Seitentyp verfügbar, wodurch sie für Produzenten weniger offensichtlich erscheint. Pageflow ist darüber hinaus das einzige der drei Tools, das das eindeutige Erstellen mehrerer Kapitel ermöglicht. Bei Atavist erscheint der gesamte Beitrag als eine Einheit und bei Shorthand können bedingt Kapitel erstellt werden, die jedoch - im Vergleich zu Pageflow - auch für Rezipienten weniger klar erkenntlich dargestellt werden. Mithilfe der Seitenvorlagen lassen sich mit Pageflow Hotspots, 360-Grad-Aufnahmen, Diagramme mittels Datawrapper sowie interne Verlinkungen integrieren. Videos können aus YouTube und Vimeo eingefügt werden. Die Gestaltung eines Parallax-Bildes ist möglich, stellt sich aber als auffallend kompliziert heraus. Pageflow ist das einzige der drei Tools, das keine Integration von Audios aus SoundCloud ermöglicht. Weiterhin anzumerken ist die ausschließlich bei Pageflow erforderliche Transkodierung von Audio- und Videodateien, welche beim Upload im Editor vorzunehmen ist. Die Transkodierung kostet nicht nur Zeit, sondern ist auch gewöhnungsbedürftig. In ihr liegt dennoch der Vorteil, dass Dateien bloß einer einmaligen

Transkodierung bedürfen und anschließend beliebig oft erneut verwendet werden können. In der kostenlosen Version von Pageflow besteht eine Limitierung von zehn Minuten für Audio- und Videodateien.

Die sehr überschaubare Menge von Seitenvorlagen bei Shorthand lässt bereits darauf schließen, dass Produzenten zunächst einmal mit weniger Gestaltungsmöglichkeiten als mit Atavist und Pageflow auskommen müssen. Bilder und Videos können – vergleichbar mit Atavist – auch hier in verschiedenen Ansichtsgrößen dargestellt werden: bildschirmfüllend und im kleinen Format links oder rechts neben bzw. zwischen einem Text. Auch eine Kombination von einem bildschirmfüllenden Hintergrundbild und kleinen Bildern im Vordergrund ist möglich. Auf den Effekt von Parallax-Bildern müssen Produzenten aber verzichten. Shorthand akzeptiert Videos aus dem Upload lediglich im MP4-Format und mit einer maximalen Datei-Größe von 100 Megabyte pro Video. Ein Beitrag kann maximal 25 Seiten umfassen. Weiterhin erlaubt Shorthand, Videos aus YouTube zu integrieren. Die Autoplay-Funktion von Videos ist allerdings eingeschränkt und Audios lassen sich nicht uploaden, sondern ausschließlich mittels SoundCloud einfügen, was einfach umzusetzen ist. Somit können Audios keineswegs automatisch wiedergegeben werden. Shorthand fällt allerdings durch ausgeprägtere Gestaltungsmöglichkeiten hinsichtlich Schriftformatierungen vor allem gegenüber Pageflow auf. Es ist das einzige der drei Tools, das externe Verlinkungen nicht nur von Texten sondern auch von Titeln ermöglicht. Je nach Seitenvorlage kann die Schriftgröße nicht nur von Texten sondern auch von Titeln individuell zwischen drei und neun Größen angepasst werden. Bei Atavist und Pageflow kann die Schriftgröße des Titels dagegen nicht geändert werden. Bei Atavist kann für Texte zwischen zwei Schriftgrößen gewählt werden, während bei Pageflow auch die Schriftgröße von Texten nicht geändert werden kann. Besonders erwähnenswert ist allerdings die bei Shorthand verfügbare HTML-Funktion. Dank dieser lassen sich die Gestaltungsmöglichkeiten von Shorthand bedeutend erweitern. Mithilfe von ein paar Vorkenntnissen können Produzenten Einbettungen beispielsweise aus sozialen Netzwerken vornehmen. Bei Pageflow dagegen besteht keine Möglichkeit, soziale Netzwerke zu integrieren. Atavist verfügt über Seitenvorlagen zur Integration eines Tweets sowie eines Instagram-Beitrags mittels URL als auch zur Einbettung mittels Programmiercode. Zur Realisierung einer solchen Einbettung sind jedoch – ähnlich wie bei Shorthand – Vorkenntnisse hilfreich. Rezipienten können Beiträge aller drei Tools jeweils auf Facebook und Twitter teilen. Pageflow-Beiträge lassen sich zusätzlich auf Google Plus teilen.

Bedienung

Beim Einsatz multimedialer Elemente stoßen Produzenten bei Atavist nicht leicht an ihre Grenzen. Feinheiten sind es allerdings, die das Tool in erster Linie einschränken. Denn das Menü wirkt schlecht strukturiert und erfordert damit eine gewisse Einarbeitungszeit in der Bedienung. Die große Zahl von Seitenvorlagen begünstigen sicherlich nicht den Eindruck, eine gute Übersicht über das Tool zu besitzen. Pageflow wirkt dagegen professioneller als Atavist sowie auch als Shorthand. Durch sein einheitliches Design und einem deutlich abgetrennten Menü gewinnt Pageflow in Sachen Strukturiertheit. Shorthand dagegen wirkt besonders übersichtlich, was das Tool sicherlich auch seiner geringen Auswahl an Seitenvorlagen zu verdanken hat. Produzenten durchblicken die Bedienung vergleichsweise schnell und benötigen im Durchschnitt eine etwas geringe Produktionszeit als mit Atavist und vor allem als mit Pageflow. Atavist verfügt über ein mittleres bis großes Ausmaß an Intuition, während es bei Pageflow weniger eindeutig zu bestimmen ist. Schließlich wirkt Pageflow anfangs einfacher als es tatsächlich ist. Das ist auch der erforderlichen Transkodierung verschuldet. Deshalb liegt Pageflow hinsichtlich der Intuition eher im

mittleren Bereich. Shorthand dagegen ist zum allergrößten Teil intuitiv und damit noch vor Atavist einzustufen.

Fazit

Atavist, Pageflow und Shorthand sind sich in ihrer grundlegenden Funktionsweise sehr ähnlich. Relativ sicher kann man sagen, dass man – egal welches der drei Tools man zur Produktion eines Beitrags im digitalen Storytelling-Format heranzieht – einen ähnlichen Beitrag jeweils auch mit den anderen beiden Tools produzieren kann. Zum einen sollten sich Produzenten bei der Wahl zwischen Atavist, Pageflow und Shorthand deshalb bewusst machen, wie viele Beiträge bzw. wie regelmäßig sie veröffentlichen möchten.

Über das zur Verfügung stehende Budget der Medienunternehmen hinaus sollten Produzenten bei der Wahl des Tools zunächst überlegen, auf welche Eigenschaften sie bei einem Beitrag besonders Wert legen: Wollen sie möglichst viele und verschiedene multimediale Elemente einsetzen oder ist ihnen eine textzentrierte Darstellung wichtiger, legen sie besonders Wert auf Verlinkungen innerhalb des Beitrags, wollen sie soziale Medien in einen Beitrag integrieren oder streben sie die individuelle Gestaltung von Texten sowie Titeln an.

- **Atavist** ist mit 21 Seitenvorlagen das in dieser Hinsicht reichste Tool. Bilder, Audios, Videos, Karten, Diagramme, Info-Text-Kästen sowie soziale Medien lassen sich vorteilhaft einsetzen. Hintergrund-Audios können jedoch nicht auf eine einzelne Seite bezogen werden und der Einsatz von Videos im Autoplay-Format ist nur auf der ersten Beitragsseite möglich. Die Bedienung des Tools ist weniger übersichtlich.
- **Pageflow** wirkt in seiner Bedienung am besten durchdacht und erscheint professioneller. Bilder und Videos werden hier bildschirmfüllend dargestellt und können besonders gut mit Audios kombiniert werden. Die Hintergrundabblendung lässt sich stets genau regulieren. Pageflow ermöglicht zudem Verlinkungen innerhalb eines Beitrags. Dafür ist das Tool in seiner Bedienung umständlicher als Atavist und vor allem als Shorthand. Einschränkungen liegen vor allem in der erforderlichen Transkodierung und der Limitierung im Upload von Dateien. Zudem besteht keine Möglichkeit, soziale Medien zu integrieren.
- **Shorthand** verfügt über deutlich weniger Seitenvorlagen, wobei grundlegende multimediale Elemente eingesetzt werden können. Hinsichtlich Schriftformatierungen übertrifft das Tool dagegen allerdings Pageflow und auch Atavist. Die HTML-Funktion bringt Produzenten eine erhebliche Steigerung der Gestaltungsmöglichkeiten. Shorthand ist in seiner Bedienung am verständlichsten. Die Autoplay-Funktion von Videos ist dagegen eingeschränkt und Audios können ausschließlich mittels SoundCloud eingefügt werden, was eine Autoplay-Funktion von Audios unmöglich macht. Videos müssen im MP4-Format vorliegen und dürfen die Größe von 100 Megabyte nicht überschreiten. Zudem besteht eine Begrenzung der Beitragsseiten bei 25 Seiten.

Sowohl Atavist, Pageflow und Shorthand ermöglichen die Produktion multimedialer und interaktiver Beiträge, wobei bei der Entscheidung nach dem geeigneten Tool das beabsichtigte Maß an Multimedialität und Interaktivität eine nicht zu vernachlässigende Rolle spielt. //