Whitepaper der Duisburger MedienWerkstatt

VOM KAMERAMANN ZUM CONTENT CREATOR

Wie sich Videoproduktion, Social Media und KI verändern

Erkenntnisse aus dem Praxisgespräch mit Manuel Funda, Videoproduzent, Kameramann und Dozent

Duisburger MedienWerkstatt, 9. September 2026, STUDIO 47 Duisburg

Einleitung

Kaum ein Bereich der Medienproduktion hat sich in den vergangenen Jahren so sichtbar verändert wie die Arbeit mit Bewegtbild. Kameras werden kleiner und leistungsfähiger, Smartphones übernehmen Aufgaben, für die früher professionelles Equipment notwendig war, Social-Media-Plattformen verändern Sehgewohnheiten und Formate – und mit Künstlicher Intelligenz kommt gerade eine weitere Technologie hinzu, die etablierte Produktionsabläufe grundlegend verändert.

Für Kameraleute, Videojournalist:innen und Redaktionen bedeutet das nicht einfach, dass neue Technik hinzukommt. Es verändert vielmehr das Berufsbild selbst. Wo früher klar getrennte Aufgabenbereiche existierten – Redaktion, Kamera, Ton, Licht, Schnitt oder Grafik –, werden Produktionsprozesse zunehmend kompakter. Einzelne Medienschaffende übernehmen mehr Aufgaben, produzieren für unterschiedliche Plattformen und müssen Inhalte nicht mehr nur journalistisch oder gestalterisch denken, sondern zugleich berücksichtigen, wie sie auf YouTube, Instagram, TikTok oder anderen digitalen Kanälen funktionieren.

Manuel Funda kennt diese Entwicklung aus unterschiedlichen Perspektiven. Er arbeitet seit vielen Jahren als Kameramann und Videoproduzent, unter anderem für Fernsehsender und regionale Medien. Heute ist er außerdem Studioleiter und Dozent beim AV-Studio Kleve. Sein eigener Berufsweg führte ihn vom Mediengestalter und selbstständigen Grafikdesigner zunehmend in die professionelle Videoproduktion und den Videojournalismus.

Bei der Duisburger MedienWerkstatt zeichnet Funda deshalb kein theoretisches Zukunftsszenario. Er beschreibt den Wandel anhand seiner eigenen Arbeit: Wie haben sich Kamerateams verändert? Warum wird Hochkantvideo immer wichtiger? Was bedeutet Social Media für klassische Videoproduzenten? Welche Aufgaben kann KI bereits heute übernehmen? Und welche Fähigkeiten müssen Menschen gerade deshalb weiterhin beherrschen?

Eine zentrale Erkenntnis zieht sich dabei durch das gesamte Praxisgespräch: Technik verändert Berufe – sie macht professionelle Kompetenz aber nicht automatisch überflüssig. Vielmehr verschiebt sich, worin diese Kompetenz besteht. Medienschaffende werden stärker zu Allroundern. Gleichzeitig bleibt gestalterisches und journalistisches Wissen notwendig, um beurteilen zu können, ob das Ergebnis einer Kamera, eines automatisierten Systems oder einer KI überhaupt gut ist.

1. Vom Spezialisten zum Allrounder – wie sich Videoproduktion verändert

Die klassische Fernsehproduktion war lange von klar verteilten Rollen geprägt. Redaktion, Kamera, Ton, Licht und Schnitt waren eigene Arbeitsbereiche. Gerade bei größeren Sendern war es selbstverständlich, dass mehrere Personen gemeinsam zu einem Dreh fuhren.

Dieses Modell verschwindet nicht vollständig. Doch Fundas Erfahrung zeigt deutlich, in welche Richtung sich der Produktionsalltag bewegt: Teams werden kleiner und einzelne Mitarbeitende übernehmen mehr Aufgaben.

Im professionellen Fernseh- und Nachrichtenalltag zeigt sich beispielsweise, dass Kameraleute zunehmend nicht ausschließlich für das Bild verantwortlich sind. Ton und Licht kommen hinzu, während Redakteur:innen parallel bereits mit Protagonist:innen arbeiten. Die Zusammenlegung dieser Aufgaben erhöht die Arbeitsbelastung und verändert die Anforderungen an die Produktion.

Auch in anderen Fernsehproduktionen gewinnen kompakte Kamerateams und VJ-Equipment – also Technik für Videojournalist:innen, die mehrere Produktionsschritte selbst übernehmen können – an Bedeutung. Dazu kommen Schulungen in Videojournalismus und Mobile Journalism. Dahinter stehen einerseits neue technische Möglichkeiten, andererseits aber auch wirtschaftliche Gründe: Produktionen sollen mit weniger Personal und geringerem Aufwand realisierbar werden.

Technischer Fortschritt und wirtschaftlicher Druck verstärken sich damit gegenseitig. Eine moderne Kamera kann Funktionen übernehmen, für die früher zusätzliche Technik oder zusätzliches Personal notwendig war. Smartphones ermöglichen wiederum Produktionen, für die früher überhaupt eine klassische Kamera benötigt wurde.

Für Medienschaffende bedeutet das: Die entscheidende Qualifikation besteht zunehmend nicht mehr darin, ein einzelnes Werkzeug perfekt zu bedienen, sondern einen kompletten Produktionsprozess zu verstehen.

Funda sieht deshalb gerade bei jungen Journalist:innen einen Vorteil darin, wenn sie nicht nur recherchieren und texten können. Sie sollten ebenso verstehen, wie Bilder funktionieren und wie ein Beitrag geschnitten wird. Aus seiner Erfahrung werden Menschen wertvoller für Redaktionen, wenn sie mehrere Produktionsschritte selbst beherrschen.

Checkliste: Kompetenzen moderner Videoproduktion

- Kann ich neben meinem eigentlichen Spezialgebiet auch angrenzende Produktionsschritte übernehmen?
- Beherrsche ich Grundlagen von Kamera, Ton, Licht und Schnitt?
- Kann ich Inhalte sowohl journalistisch als auch visuell denken?
- Kann ich mit professioneller Kamera ebenso arbeiten wie mit mobilen Produktionsmitteln?
- Verstehe ich den gesamten Workflow vom Dreh bis zur Veröffentlichung?

Verständnisfragen

1. Warum werden klassische Produktionsrollen zunehmend miteinander verbunden?
2. Welche wirtschaftlichen und technischen Entwicklungen fördern VJ- und Mojo-Produktionen?
3. Warum kann Schnittkompetenz auch für Journalist:innen wichtiger werden?

2. Vom Fernsehbild zum Social Video – wenn sich Sehgewohnheiten verändern

Der Wandel betrifft nicht nur die Produktion. Mindestens ebenso stark verändern sich die Orte, an denen Bewegtbild konsumiert wird.

Für einen klassischen Kameramann war das Ziel lange eindeutig: produziert wurde für einen Fernsehbildschirm im Querformat. Heute existiert dieses eine Zielmedium nicht mehr. Ein Inhalt kann gleichzeitig für Fernsehen, Website, YouTube, Instagram oder TikTok benötigt werden – und jede Plattform bringt eigene Anforderungen mit.

Funda illustriert diesen Kulturwandel mit einer scheinbar simplen Beobachtung aus seiner praktischen Arbeit: Bei bestimmten Produktionen nimmt er inzwischen ganz selbstverständlich hochkant auf. Für jüngere Protagonist:innen ist nicht mehr das vertikale Smartphonebild erklärungsbedürftig, sondern das klassische Querformat.

Dahinter steckt mehr als eine Formatfrage. Plattformen verändern die Bildsprache.

Social Video verlangt häufig einen schnelleren Einstieg, kürzere Erzählformen und eine stärkere Konzentration auf einzelne Aussagen oder Momente. Gleichzeitig sinkt die technische Eintrittsschwelle. Professionell wirkende Inhalte können heute mit Equipment produziert werden, das erheblich günstiger und einfacher zugänglich ist als klassische Fernsehtechnik.

Besonders eindrücklich beschreibt Funda dies anhand eines Projekts des AV-Studios Kleve. Bei einem Zeitzeugenprojekt zum Holocaust wurden längere Gespräche auf YouTube veröffentlicht. Die Abrufzahlen blieben dort vergleichsweise gering. Aus dem Material wurde jedoch zusätzlich ein kurzer vertikaler Social-Media-Clip produziert – und dieser erreichte auf Instagram rund dreihunderttausend Aufrufe.

Das Beispiel zeigt, warum digitale Distribution nicht erst nach der Produktion beginnen sollte. Bereits beim Dreh muss bedacht werden, wo ein Inhalt später stattfinden soll.

Ein klassischer Fernsehbeitrag lässt sich zwar technisch auf Social Media veröffentlichen. Das bedeutet aber noch lange nicht, dass er dort optimal funktioniert. Umgekehrt kann ein vertikaler Short einen einzelnen starken Moment herauslösen und ein Publikum erreichen, das einen längeren Beitrag möglicherweise niemals aktiv gesucht hätte.

Für Videoproduzent:innen entsteht daraus eine neue Aufgabe: Sie produzieren nicht mehr ausschließlich Videos. Sie entwickeln plattformgerechten Content.

Checkliste: Plattformgerecht produzieren

- Für welche Plattform produziere ich?
- Wird Querformat, Hochformat oder beides benötigt?
- Welche Länge passt zum jeweiligen Kanal?
- Funktioniert der Inhalt auch ohne langen Einstieg?
- Welche Szenen oder Aussagen eignen sich zusätzlich als Short oder Reel?

Verständnisfragen

1. Warum ist Hochkantvideo mehr als eine technische Formatentscheidung?
2. Was zeigt Fundas Beispiel des Zeitzeugenprojekts über Reichweite?
3. Warum sollte die spätere Distribution bereits beim Dreh berücksichtigt werden?

3. Vom Kameramann zum Content Creator – neue Aufgaben, neue Formate

Mit den Plattformen verändert sich auch das Verhältnis zwischen Produzent und Auftraggeber.

Funda beschreibt, dass Social Media in seiner früheren Tätigkeit als klassischer Kameramann kaum eine Rolle gespielt habe. Heute unterstützt er Unternehmen und Institutionen dagegen gezielt dabei, eigenen Content zu produzieren.

Das ist eine entscheidende Verschiebung.

Ein Kameramann wurde traditionell für eine klar definierte Produktionsleistung gebucht: drehen, gegebenenfalls Ton und Licht übernehmen und das Material anschließend an Redaktion oder Schnitt weitergeben. Moderne Videoproduktion beginnt dagegen häufig früher. Welche Geschichte soll erzählt werden? Welches Format passt? Welche Plattform soll erreicht werden? Braucht es einen langen Film, einen Podcast, mehrere Shorts oder eine Kombination daraus?

Auch Podcasts sind Teil dieser Entwicklung. Funda beobachtet, dass längst nicht mehr nur Medienhäuser solche Formate produzieren. Unternehmen und Institutionen nutzen Audio- und Videopodcasts beispielsweise für interne Kommunikation oder zur Ansprache eigener Communities.

Ein aktuelles Beispiel aus seiner eigenen Arbeit ist der Videopodcast „lagafeuer“ zur Landesgartenschau Kleve 2029. Funda übernimmt dabei die technische Leitung der Produktion. Das Format soll bis zur Landesgartenschau Beteiligte, Vorbereitungen und Erwartungen rund um das Großprojekt vorstellen.

Damit verschwimmen traditionelle Berufsgrenzen weiter. Kameraleute beschäftigen sich mit Formatentwicklung, Social Media und Podcasts; Journalist:innen drehen und schneiden selbst; Unternehmen werden zu eigenen Medienproduzenten.

Fundas zugespitzte Zukunftsbeschreibung bringt diese Entwicklung auf den Punkt: Aus Kameraleuten könnten künftig „Content Creator für ein Medium, was es jetzt noch nicht gibt“ werden.

Entscheidend ist deshalb weniger die konkrete Berufsbezeichnung als die Fähigkeit, Geschichten für unterschiedliche technische und publizistische Umgebungen umzusetzen.

Checkliste: Vom Auftrag zur Content-Strategie

- Was möchte der Auftraggeber tatsächlich kommunizieren?
- Welche Zielgruppe soll erreicht werden?
- Welches Format eignet sich dafür?
- Kann aus einer Produktion Content für mehrere Kanäle entstehen?
- Welche Kompetenzen muss ich zusätzlich zur eigentlichen Kameraarbeit anbieten?

Verständnisfragen

1. Warum verschwimmen die Grenzen zwischen Kameramann, Videoproduzent und Content Creator?
2. Welche neuen Auftraggeber treten neben klassische Medienhäuser?
3. Was bedeutet plattformübergreifendes Denken für die Planung einer Produktion?

4. KI in der Videoproduktion – vom Werkzeug zum digitalen Kollegen

Die nächste Veränderungsstufe ist bereits erreicht: Künstliche Intelligenz wird Bestandteil praktischer Produktionsabläufe.

Dabei zeigt Fundas Beispiel, dass KI nicht erst dann relevant wird, wenn komplette Videos synthetisch erzeugt werden. Ihr Nutzen beginnt bei vielen kleinen Arbeitsschritten, die bislang Zeit, Geld oder zusätzliche Spezialkenntnisse erforderten.

Ein besonders anschauliches Beispiel liefert die Musikproduktion. Für Intros oder andere Videoprojekte suchte Funda früher teilweise stundenlang in Musikbibliotheken nach einem passenden Titel. Heute kann er beschreiben, welchen Stil, welche Stimmung und welche Länge er benötigt – und einen entsprechenden Titel generieren lassen.

Beim „lagafeuer"-Podcast entstand auf diese Weise die Musik des Vorspanns. Den Text schrieb Funda selbst; die Musik wurde mithilfe von KI erzeugt. Nach seiner Beschreibung dauerte die Generierung nur wenige Sekunden.

KI dient ihm darüber hinaus als kreatives Werkzeug. Bei der Entwicklung eines Szenendesigns kann ein generierter Entwurf beispielsweise zeigen, wie ein Drehort, Licht oder Ausstattung aussehen könnten. Ein solcher Entwurf muss nicht das fertige Produkt sein. Er kann vielmehr helfen, eine zunächst abstrakte Idee sichtbar zu machen und mit Auftraggebern darüber zu sprechen.

Bei der Entwicklung des „lagafeuer"-Looks nutzte Funda entsprechende visuelle Impulse beispielsweise für die Gestaltung des Drehortes. Die KI ersetzt dabei nicht automatisch Regie, Szenenbild oder Kamera – sie liefert Ideen für Aufgaben, für die bei kleineren Produktionen möglicherweise gar keine eigenen Spezialist:innen vorhanden sind.

Funda beschreibt KI deshalb sinngemäß als eine Art digitalen Kollegen, den er um Rat und Unterstützung bitten kann.

Gerade für kleine Produktionen ist das relevant. Ein Projekt ohne großes Budget konnte früher möglicherweise weder eigene Musik noch aufwendige Visualisierungen oder Konzeptbilder finanzieren. Generative KI senkt diese Eintrittsschwelle erheblich.

Das bedeutet allerdings nicht, dass menschliche Kompetenz verschwindet. Im Gegenteil: Je einfacher Inhalte generiert werden können, desto wichtiger wird die Fähigkeit, Ergebnisse zu beurteilen.

Checkliste: KI sinnvoll in Produktionen einsetzen

- Welche Arbeitsschritte kosten heute besonders viel Routinezeit?
- Wo kann KI Recherche, Ideenfindung oder Vorproduktion unterstützen?
- Kann KI Konzepte zunächst visualisieren, bevor Geld in die Produktion fließt?
- Welche generierten Ergebnisse benötigen eine fachliche Prüfung?
- Welche kreative oder journalistische Entscheidung sollte weiterhin beim Menschen liegen?

Verständnisfragen

1. Wie nutzt Funda KI bereits konkret in seiner Produktionsarbeit?
2. Warum ist KI gerade für kleinere beziehungsweise budgetarme Produktionen interessant?
3. Weshalb ersetzt ein KI-generierter Entwurf nicht automatisch professionelle Gestaltung?

5. Was Medienleute künftig können müssen – Kompetenz bleibt, Werkzeuge ändern sich

Die vielleicht wichtigste Frage der MedienWerkstatt entstand schließlich aus der Diskussion: Was muss man eigentlich noch lernen, wenn Technik immer mehr Aufgaben übernimmt?

Fundas Antwort ist bemerkenswert, weil sie zunächst widersprüchlich erscheinen könnte: Gerade weil KI immer leistungsfähiger wird, hält er grundlegende gestalterische Ausbildung weiterhin für wichtig.

Denn eine KI kann ein Bild erzeugen. Sie kann aber nicht die menschliche Verantwortung dafür übernehmen, ob dieses Bild gut, sinnvoll, passend oder journalistisch vertretbar ist.

Funda argumentiert am Beispiel der Bildgestaltung: Eine KI kann auch deshalb Vorstellungen davon entwickeln, wie ein „gutes Bild" aussieht, weil entsprechendes Material vorhanden ist. Wenn menschliches Wissen über Gestaltung verloren geht und immer stärker lediglich bereits generierte Inhalte reproduziert werden, droht aus seiner Sicht eine gestalterische Verarmung.

Der Mensch bleibt damit Korrektiv und Qualitätsinstanz.

Das gilt auch für die Kamera selbst. Automatikfunktionen werden besser, Smartphones übernehmen immer mehr technische Entscheidungen und KI kann Bilder optimieren oder sogar vollständig erzeugen. Trotzdem bleibt die Frage: Erkennt jemand, ob ein Bild funktioniert?

Funda formuliert es aus seiner eigenen Erfahrung sehr praktisch: Auch wenn er inzwischen mit kleineren oder mobilen Geräten arbeitet, profitiert er weiterhin davon, Kameramann zu sein – weil er gelernt hat, wie ein gutes Bild aussehen soll.

Parallel dazu steigt die Bedeutung breiter Kompetenzen. Wer künftig journalistisch arbeitet, sollte nach Fundas Einschätzung nicht ausschließlich schreiben können. Gerade die Fähigkeit, einen Beitrag selbst zu schneiden, bezeichnet er als wichtigen Vorteil. Junge Medienschaffende müssten zunehmend auch „in Bildern" und „im Schnitt" sprechen können.

Dazu kommt eine neue Kompetenz: der professionelle Umgang mit KI. Funda verweist in seinem Vortrag auf Stellenprofile rund um Prompting – also Menschen, die nicht zufällig ausprobieren, bis ein brauchbares KI-Ergebnis entsteht, sondern gezielt wissen, wie sie Systeme steuern müssen.

Das Berufsbild verschiebt sich damit von der Bedienung einzelner Werkzeuge hin zu einem breiteren Kompetenzprofil:

Geschichten verstehen. Bilder gestalten. Technik beherrschen. Plattformen kennen. KI steuern. Ergebnisse beurteilen.

Checkliste: Fähigkeiten für die Medienproduktion von morgen

- Beherrsche ich journalistische und gestalterische Grundlagen?
- Kann ich Geschichten in Text, Bild und Schnitt erzählen?
- Verstehe ich unterschiedliche Plattformlogiken?
- Kann ich KI gezielt steuern statt nur Ergebnisse auszuprobieren?
- Bin ich in der Lage, automatisiert erzeugte Inhalte fachlich zu bewerten?
- Bin ich bereit, mein Berufsbild kontinuierlich weiterzuentwickeln?

Verständnisfragen

1. Warum hält Funda klassische Gestaltungskompetenz trotz KI weiterhin für notwendig?
2. Welche Rolle übernimmt der Mensch als „Korrektiv“?
3. Welche Fähigkeiten könnten für künftige Medienberufe wichtiger werden als die perfekte Beherrschung eines einzelnen technischen Systems?

Fazit: Die Kamera verschwindet nicht – aber der Kameramann verändert sich

Die Entwicklung der Videoproduktion lässt sich nicht auf eine einzelne Technologie reduzieren. Smartphone, Social Media, kompaktere Kameratechnik, neue Plattformen und Künstliche Intelligenz wirken gleichzeitig auf Produktionsprozesse und Geschäftsmodelle ein.

Manuel Fundas beruflicher Weg macht diesen Wandel besonders anschaulich. Die klassische Kameraarbeit existiert weiterhin. Gleichzeitig arbeitet er heute in einem Umfeld, in dem Videopodcasts, Hochkantvideos, Social Content, mobile Produktion und KI-generierte Elemente selbstverständlich nebeneinanderstehen.

Das bedeutet nicht zwangsläufig das Ende klassischer Medienberufe. Es bedeutet vielmehr, dass deren Grenzen durchlässiger werden.

Der Kameramann wird zum Videoproduzenten, der Videoproduzent zum Content Creator, Journalist:innen werden zu VJs und KI übernimmt einzelne Aufgaben, für die bislang zusätzliche Werkzeuge oder Spezialist:innen notwendig waren.

Gerade deshalb bleibt Fachwissen wertvoll. Denn wenn nahezu jeder technisch in der Lage ist, Bilder und Videos zu produzieren, wird eine andere Frage wichtiger: Wer weiß, welche Bilder gebraucht werden, wie eine Geschichte erzählt werden sollte und woran man Qualität erkennt?

Für die Ausbildung ergibt sich daraus eine doppelte Aufgabe. Junge Medienschaffende brauchen breite Fähigkeiten: Recherche, Text, Kamera, Ton, Schnitt, Social Media und den Umgang mit KI. Gleichzeitig dürfen grundlegende journalistische und gestalterische Kompetenzen nicht verloren gehen.

Fundas Perspektive auf die Zukunft ist deshalb weniger pessimistisch als pragmatisch. Tätigkeiten werden verschwinden oder sich verändern, neue kommen hinzu. Aus Kameraleuten könnten Content Creator für Medien werden, die heute noch gar nicht existieren.

Entscheidend ist nicht, an einem bestimmten Werkzeug festzuhalten.

Entscheidend ist, mit neuen Werkzeugen weiterhin gute Geschichten erzählen zu können.

Kurzbiografie Manuel Funda

Manuel Funda ist Kameramann, Videoproduzent und Videojournalist aus Kleve. Seine berufliche Laufbahn in der Medienbranche begann 2004 mit einer Ausbildung zum Mediengestalter für Digital- und Printmedien. Bereits während seiner Ausbildung gründete er ein eigenes Unternehmen und verlagerte seinen beruflichen Schwerpunkt später zunehmend von Grafikdesign auf Videoproduktion.

Manuel Funda ist seit vielen Jahren freiberuflich als Kameramann und Videoproduzent tätig und hat Erfahrungen in der Fernseh- und Nachrichtenproduktion gesammelt. Seit 2023 arbeitet er zudem als Studioleiter und Dozent beim AV-Studio Kleve der Karl-und-Maria-Kisters-Stiftung.

Dort verbindet er praktische Medienproduktion mit Wissensvermittlung. Ein aktuelles Projekt ist der Videopodcast „lagafeuer“ zur Landesgartenschau Kleve 2029, bei dem Funda die technische Leitung übernimmt.

Seine Arbeit steht damit exemplarisch für ein Berufsbild im Wandel: von klassischer Kamera- und Fernsehproduktion über Videojournalismus und Social Media bis zum Einsatz generativer KI in modernen Produktionsworkflows.