

## Video fürs Web und Social Media

### 1. Konzeption

- Definiere deinen Aussagewunsch. Ein kurzes Web-Video erzählt eine (1!) Geschichte
- Reduziere deine Geschichte soweit wie möglich. Die Durchschnittliche Seh-Dauer ist eine wichtige Kennzahl für Algorithmen, um das Video zu gewichten
- Halte dir deine Zielgruppe vor Augen. Daraus kannst du die Inhaltstiefe, den Erzählstil, die visuelle und akustische Umsetzung sowie die Verbreitungskanäle berücksichtigen
- Finde den packenden und schnellen Einstieg. Gerade auf Facebook hast du nur 1-2 Sekunden, um die User zu packen. Verzichte auf Intros.
- Erzähle die Geschichte nicht zwingend chronologisch. Beginne mit einem spannenden, überraschenden oder irritierenden Einstieg.
- Videos erzählen in Bildern, nicht Worte. Finde Möglichkeiten, deine Geschichte visuell anzureichern.
- Definiere das Ziel des Videos: Likes, Shares, Kommentare, Klicks, Branding etc und richte den Inhalt danach aus

### 2. Produktion

- Akkus geladen, Speicherplatz vorhanden, wichtiges Zubehör wie Stativ und Mikrofon eingepackt?
- Drehe die gleiche Szene in verschiedenen Einstellungen. Nutze dazu die 5-Shot-Rule. Wenige Totalen, mehr Nahaufnahmen
- Vor dem Recording: Schärfe eingestellt, Blende (Belichtung) richtig, Weissabgleich
- Verzichte auf Schwenks- und Zooms, ausser diese sind inhaltlich motiviert. Halte deine Kamera so ruhig wie möglich (nutze idealerweise ein Stativ)
- Spiele mit der Perspektive; ungewöhnliche Ansichten bringen Abwechslung in dein Video
- Nutze für Interviews immer ein externes Mikrofon
- Achte, dass der Ton deines Interviewpartners richtig gepegelt ist
- Nutze zwecks Tonkontrolle immer einen Kopfhörer
- Starte das Interview mit 1-2 Fragen, die nicht unbedingt wichtig sind für dein Video, aber die deinen Interviewpartner an die Situation gewöhnen lassen.
- Spricht dein Interviewpartner achte darauf, dass du schweigst

- Oft ist es einfacher, vor Ort die Aussage noch einmal kürzer aufzunehmen, als danach im Schnitt zu kürzen.

### 3. Postproduktion

- Mit dem Schnitt erzählst du deine Geschichte und steuerst die Dramaturgie
- Beginne dein Video mit dem besten Bild, der überraschendsten Aussage, der stärksten Szene
- Wenn du Fremdmaterialien/Musik einsetzen willst: beachte Urheberrechte und Lizenzen (Stockfootage-, Stockmusic-Portale können helfen)
- „Oh, die vielen schönen Effekte hier im Schnittprogramm! Lass mich alle verwenden.“ - Nein.
- Texteinblendungen: lasse diese genug lang stehen, damit diese von deinem Publikum gelesen (und verstanden) werden können
- Spiele deine Videos in der höchsten verfügbaren Qualität aus - maximal in der Qualität deines Ausgangsmaterials. In der Regel 1080p (oder 720p).
- Verwende H264, .mov, .mp4 (Standardformate)

### 4. Publizieren

- Lade das Video bei den Plattformen hoch, wo du es veröffentlichst anstatt nur zu verlinken
- Nutze die Stärke des Vorschaubildes. Dies ist dein erster Kontakt zu deinem potenziellen Publikum
- Verwende einen attraktiven Titel um auf dein Video aufmerksam zu machen
- Nutze im Beschreibungstext die SEO-Möglichkeiten (Suchmaschinenoptimierung)
- Überprüfe anhand der Kennzahlen regelmässig, welche Inhalte bei deinem Publikum funktionieren. Experimentiere mit Inhalt, Längen, Veröffentlichungszeiten etc.

### Wichtig:

Geniess die kreativen Freiheiten des Netzes.

Erarbeite dir Routine. Finde deinen Stil. Lerne dein Publikum kennen.

Hab Spass.

**Kontakt: [pascal.fessler@longtailmedia.ch](mailto:pascal.fessler@longtailmedia.ch)**