



10 Tipps für eine erfolgreiche Videoproduktion

Flavio Camenzind | CA-Media

10 Tipps für eine erfolgreiche Videoproduktion

Vielen Dank, dass du mein E-Book heruntergeladen hast. Auf den nächsten Seiten möchte ich dir 10 Tipps für eine erfolgreiche Videoproduktion geben.

Herzlichst

Flavio
CA-Media



Über mich:

Seit ich mich erinnern kann, liebe ich die Medienwelt. Schon als Kleinkind habe ich gern am Radio herumgespielt und die richtigen Sender gesucht. Bald war mir das zu wenig und ich suchte einen Sender, der mich ans Mikrofon liess. Weil ich mit 6 Jahren noch zu klein für einen Medienstar war, machte ich halt mein eigenes Balkonradio. Ich habe die Boxen auf dem Balkon aufgestellt und moderiert, bis meine Eltern eine Mahnung erhielten, dass ich mit meiner Musik nicht mehr die Siedlung beschallen darf. Aber das hielt mich nicht ab: Ich spielte einfach meinen Radiosender – der übrigens Radio Cool hiess – in meinem Kinderzimmer weiter. Später, als das Internet kam, gründete ich mein eigenes Internetradio. Und wie es in der Branche so heisst: Nach dem Radio geht man zum Fernsehen. Also habe ich dann mit 15 meinen eigenen Internet-Web-TV-Sender «Tele Cool» gegründet.

Als ich die Spots für meine Kunden auf meinen Kanälen selber drehte, erkannte ich, das Videos im Internet eine grosse Zukunft haben. Sie geben jedem die Möglichkeit, seine Produkte mit seiner eigenen Story zu präsentieren. Da sagte ich mir: Die Broschüre ist tot – es lebe das Web-Video!

Und die aktuellen Trends gehen genau in diese Richtung. Eine Studie von Cisco zeigt, dass bis 2021 rund 80 % des gesamten Internet-Traffics über Videos generiert wird. Wahnsinn!

Hammer, dass auch du jetzt ein Teil dieser Erfolgsgeschichte bist und endlich mit Video-Marketing startest. Auf den nächsten Seiten möchte ich dir einige Tipps geben aus meinen fast 15 Jahren Erfahrung mit bewegten Bildern. Wenn du mehr über meine Story wissen willst, findest du sie [hier](#).



Tipp 1: Liefere eine Videoproduktion mit Mehrwert

Machen wir uns nichts vor: Niemand wartet auf dein Video. Du musst dir deine Zuschauer erst verdienen. Und das ist harte Arbeit. Mit einem Allerwelts-Video wirst du kaum aus der Content-Masse hervorstechen. Du musst dem Rezipienten schon etwas bieten – ohne Mehrwert, keine erfolgreiche Videoproduktion.

Einfach darauf losdrehen ist damit nicht unbedingt die beste Idee. Du brauchst ein Konzept: Welche Bedürfnisse hat meine Zielgruppe? Wie kann ich sie befriedigen? Was habe ich, was die Konkurrenz nicht hat? Warum sollte der Zuschauer ausgerechnet meine Videoproduktion teilen?

Das ist gar nicht so leicht zu beantworten. Nicht einmal Videoprofis schütteln sich das Konzept aus dem Ärmel. Zum Glück gibt es bei der Videoproduktion drei zentrale Orientierungspunkte:

Die informative Videoproduktion

Es ist alles gesagt – wirklich alles? Vielleicht hat Ihre Zielgruppe noch Fragen. Machen Sie Ihr Video zur Frage-Antwort-Runde. Werfen Sie typische Fragen auf und liefern Sie gleich die passende Antwort mit. Ob Produktvorteile, Einsatzbereiche oder Serviceleistungen – wer etwas wissen will, bleibt dran.

Die emotionale Videoproduktion

Gefühle sind Macht – so auch bei der Videoproduktion. Wer Emotionen weckt, bleibt länger im Gedächtnis. Und dem nicht genug: Emotionale Clips lösen etwas im Rezipienten aus. Er will etwas tun, selbst aktiv werden. Nicht umsonst steigt bei gefühlsbetonten Videoproduktionen die Bereitschaft, sie zu kommentieren, zu liken oder zu teilen.

Dein Ziel erreichst du aber nicht nur mit positiven Emotionen wie Freude, Motivation und Glück. Auch Negativismen wie Angst, Mitgefühl und Betroffenheit kommt beim Rezipienten an.

Die unterhaltsame Videoproduktion

Hand aufs Herz: Wann bist du am empfänglichsten für Video-Content? Wenn du beschäftigt bist? Wohl kaum: Die meisten Nutzer greifen aus Langeweile zum Smartphone. Sie wollen sich ablenken, gut unterhalten werden. Gib ihnen, was sie wollen.

Mach aus deiner Videoproduktion ein kleines Entertainment. Bringe den Zuschauer zum Lachen. Überrasche ihn. Baue Spannung auf. Erschrecke ihn. Alles ist erlaubt, bis auf eines: Langeweile.

Tipp 2: Komm in deiner Videoproduktion auf den Punkt

Der Mensch hat eine Aufmerksamkeitsspanne von durchschnittlich 8 Sekunden. Sprich: Er kann sich lediglich 8 Sekunden lang voll und ganz einer Sache hingeben. Danach flacht die Konzentration ab. Das heisst für dich: Du musst schnell sein. Verzichte auf ausschweifende Einleitungen. Komm lieber auf den Punkt – je früher, desto besser. Ansonsten kann der Rezipient deine Botschaft verpassen.

Auch bei der Botschaft selbst zählt sich Prägnanz aus. Fass dich kurz, beschränke dich auf das Wesentliche und verlagere ausschmückende Details an das Ende des Videos. Innerhalb der ersten Sekunden muss alles Wichtige geklärt sein.

Wichtig: Auch beim Videotitel ist Genauigkeit gefragt. Er ist schliesslich die Visitenkarte der Produktion. Er entscheidet über „anklicken“ oder „nicht anklicken,“. Doch was zeichnet einen klickstarken Titel aus:

- das wichtigste Keyword an erster Stelle
- kurz und kompakt statt lang und schwerfällig
- Appetit anregen statt Appetit stillen

Tipp 3: Optimierte deine Videoproduktion für Mobilgeräte

Die meisten Videos rufen wir nicht mehr auf dem PC oder Laptop ab. Wir tun es unterwegs. Umso ärgerlicher, wenn das Video unserer Begierde nicht für Mobilgeräte optimiert ist. Nicht umsonst heisst es vor jeder neuen Kreation „Mobile first“:

- Wähle für jeden Channel das passende Format aus: Da die meisten User lieber in der Vertikalen statt in der Horizontalen Videos schauen, empfiehlt sich eine vertikale Videoproduktion.
- Mache den Content auch ohne Ton verständlich. Biete dem Rezipienten zum Beispiel Untertitel an.
- Nutze gut lesbaren Text und einprägsame Logos.

Tipp 4: Lass den Zuschauer an der Videoproduktion teilhaben

Ein anstrengender Tag im Büro liegt hinter dir. Die Strassenbahn war wieder einmal hoffnungslos überfüllt. Die Schlange an der Supermarktkasse hat dir den Rest gegeben. Jetzt willst du nur noch eins: nichts tun. Um jede Videoproduktion, die dir jetzt noch eine Entscheidung abverlangt oder dich zum Nachdenken bringt, machst du einen hohen Bogen. Wenn sie dir aber sagt, was du tun sollst, lässt du dich gerne darauf ein.

Nicht umsonst braucht ein erfolgreiches Video Call-to-Action-Buttons, klare Handlungsaufforderungen für den Zuschauer. Diese sollten sich aber nicht allein in der Videobeschreibung verstecken. Sprich sie aktiv in der Videoproduktion aus. Wie du es angeht, bleibt ganz dir überlassen.

Entweder du lässt es einen Sprecher für dich tun oder du greifst auf Aufforderungen und Verlinkungen im Abspann zurück. Eine besonders elegante Lösung ist das Overlay mitten im Video. Subtil fordert es den Zuschauer zu einer Handlung auf, ohne ihn aber vom Inhalt abzulenken.

Beim Call-to-Action kommt es aber nicht nur auf das Wann und Wo an. Auch das Wie zählt. Die Handlungsaufforderung soll ankommen, aber sich nicht aufdrängen. Zu den beliebtesten Call-to-Actions gehören:

- kaufen
- klicken
- liken
- folgen
- einen Kommentar hinterlassen
- teilen
- nächstes Video ansehen
- Kontakt aufnehmen
- Kanal abonnieren

Tipp 5: Mach Werbung für deine Videoproduktion

Wem nützt das informativste, emotionalste oder unterhaltsamste Video, wenn es nicht geklickt wird? Selbstverständlich kannst du deine Kreation auf YouTube oder Facebook stellen und auf den grossen Durchbruch hoffen. Doch mit Posten und Abwarten ist es meist nicht getan. Du musst etwas für deinen Erfolg tun. Du willst schliesslich nicht nur Bestandskunden ansprechen, sondern vor allem Neukunden anlocken.

Und genau dafür brauchst du Unterstützung von aussen. Schalte deinen Content als Anzeige auf Social Media-Kanälen. Gehe Kooperationen mit vielversprechenden Online-Portalen und Partner-Websites ein. Arbeite mit Influencern zusammen, die deinem Produkt und deiner Zielgruppe entsprechen.

Ein weiteres Plus von Social Media-Werbung ist Retargeting. Du musst dir dein Video wie eine Art Köder vorstellen, den du potenziellen Interessenten vorwirfst. So kannst du dir gezielt diejenigen User herausfiltern, die tatsächlich an deinen Themen interessiert sind. Deine Streuverluste halten sich damit in Grenzen.

Doch Werbung allein macht noch keinen Videoerfolg. Auch die Nachkontrolle ist nicht zu unterschätzen: Denn wie kommt Ihr Video eigentlich an? Reportings verraten es Ihnen. Sie geben Ihnen relevante Zahlen an die Hand und machen damit Ihren Erfolg messbar. Wie viele Zuschauer hat Ihr Video bislang angelockt? Wie fallen die Rezensionen aus? Was lässt sich über die Zuschauerbindung sagen? Lernen Sie Ihre Rezipienten kennen.

Ein gutes Drehbuch ist schon die halbe Miete. Die andere halbe Miete ist die Filmproduktion selbst. Und genau hier ist Mitdenken gefragt. 90 % aller Fehler passieren schliesslich beim Filmen. Doch das muss nicht sein. Mit diesen praktischen Tipps wird die Aufnahme zum Erfolg.

Tipp 6: Erzähle (persönliche) Storys und begeistere

Schon als kleine Kinder haben wir es genossen, wenn uns jemand eine Geschichte erzählte! Jeder Disney-Film baut auf schönen Geschichten auf. Ich bin überzeugt, jeder von uns hat eine – vielleicht sogar herzerreissende – Lieblingsgeschichte. Denk dich in deine eigene Kindheit zurück – na, fällt sie dir wieder ein?

Natürlich sollte die Story, die du erzählst, zu deinem Business passen und etwas mit deinem Produkt zu tun haben. Wenn du dich mit deinem Business und deiner Dienstleistung oder deinen Produkten voll identifizierst, gibt es sicher unzählige Storys, die du erzählen möchtest.

Persönliche Storys funktionieren am besten. Wenn du dich also schon vor die Kamera traust, dann erzähl doch gleich deine Geschichte – denn sie ist garantiert einzigartig.

Tipp 7: Hollywood-Methode

Wenn Hollywood will, dass wir uns gut fühlen, aus dem Film rausgehen, lachen und uns optimistisch fühlen – dann schafft Hollywood das auch. Hollywood geht mit uns durch die Geschichte und führt uns an das Ziel, das der Produzent hat. Und genau das solltest du in deinen Videos auch tun. Frage dich also immer: Was ist Dein Ziel? Am einfachsten schaffst du das, wenn du dir folgende Fragen stellst:

- Wie soll sich das Publikum fühlen?
- Was soll es denken?
- Was müssen sie wissen?
- Was sollen sie als Nächstes tun?

Tipp 8: Formate

Jeder will sein Video überall zeigen. Aber was leider sehr oft vergessen wird: viele Plattformen, viele Formate. Meistens funktioniert ein 16:9-Video. Doch seit Snapchat und Instagram ist auch das Hochformat, also das 9:16-Video, ein regelrechtes Muss. Wer zum Beispiel seine Videos in einer Instagram-Story oder auf IGTV zeigen will – ohne riesengrosse schwarze Ränder –, sollte für jede Plattform die richtigen Formate exportieren oder bei der Agentur bestellen.

Tipp 9: Ton

Wenn du dringend ein Video benötigst und dir die Qualität nicht so wichtig ist, kannst du auch mal mit dem Smartphone ein Video drehen. Aber denke immer an die Tonqualität: Die Leute verzeihen dir eher ein schlechtes Bild als einen schlechten Ton! Es gibt nichts Schlimmeres als ein Homevideo, das auch noch einen miserablen Ton hat. Deshalb mein Tipp: Investiere in ein externes Mikrofon für dein Smartphone oder nimm das Audio in einem ruhigen Raum auf. Oder im Kleiderschrank ;-)

Tipp 10: Die Vorbereitung – das A und O bei der Filmproduktion

Manchmal müssen wir es im Leben darauf ankommen lassen, nicht aber bei der Filmproduktion. Wer alles im Kasten haben will, muss sich vorbereiten. Und diese Vorbereitung beginnt schon beim Drehort. Verlasse dich bei der Locationsuche nicht auf Hören und Sagen. Mach dir selbst ein Bild.

Bietet der Ort der Begierde genug Platz für das ganze Filmteam? Wo kommen die Requisiten unter? Und wie sieht es mit den Licht- und Tonverhältnissen aus? Unser Augenmass allein kann uns diese Fragen oft nicht beantworten. Probeaufnahmen müssen her. Gib dir bei der Generalprobe nicht mit dem Erstbesten zufrieden. Experimentiere mit Kameraeinstellungen und Schwenks. Womöglich dient dir eine der Probeaufnahmen später als Lückenfüller.

Geschafft, die Probeaufnahmen können sich sehen lassen. Jetzt fehlt nur noch der Ablaufplan. Der chronologische Filmassistent verrät dir, wann was passiert. Gerade das Storyboard ist für die Filmproduktion unverzichtbar. Notiere dir die Einstellungen und Schwenks, die du bei den Probeaufnahmen auserkoren hast. Geize hierbei nicht mit Details. Wo ist der ideale Standort? Welche Probleme können beim Filmen auftreten? Mit welchen Lichtverhältnissen hast du zu rechnen?

Bonus Tipp: Die Aufnahme – das Einmaleins der Filmproduktion

Die häufigsten Fehler schleichen sich nicht bei der Planung in die Filmproduktion. Sie passieren in Aktion. So legt der erfahrene Filmmacher nicht einfach darauf los. Er filmt mit System.

Zoom und Schwenk bei der Filmproduktion – nicht zu viel des Guten

Nicht nur Anfänger, auch Profis greifen gerne zum Zoom und Schwenk. Manchmal übertreiben sie es aber. Vor allem beim Zoom ist weniger mehr. Schliesslich handelt es sich hierbei um eine unnatürliche Seherfahrung. Umso befremdlicher wirken endlose Zoomfahrten. Gelegentlich aber spielt uns das technische Hilfsmittel in die Hände – wenn wir zum Beispiel einen Landschaftsausschnitt oder einen Redner betonen wollen.

Als natürliche Alternative zum „künstlichen“ Zoom hat sich die Kamerafahrt bewährt. Wer die Kameraposition mithilfe der Kamerafahrt verändert, schenkt dem Rezipienten eine authentischere Seherfahrung als mit dem Zoom.

Genauso viel Zurückhaltung ist beim Kameraschwenk geboten. Gegen ein, zwei Schwenke gibt es nichts einzuwenden. Ausgedehnte Schwenkfahrten aber bringen den Zuschauer schnell aus der Ruhe. Die Alternative zur 360 Grad-Ansicht: Sie unterteilen die Aufnahme mit verschiedenen Kameraeinstellungen in mehrere Teile. Wer trotzdem schwenken will, sollte sich zumindest im empfohlenen Schwenkbereich zwischen 90 und 120 Grad bewegen.

Sichere Sache: die Rolle des Stativs bei der Filmproduktion

Nichts wirkt unprofessioneller als verwackelte Bilder. Zum Glück lässt sich das unscharfe Phänomen einfach beheben. Mit dem Stativ steht Ihre Filmproduktion auf sicheren Beinen. Die Handkamera hingegen sollte sich zurückhalten. Nur bei Platzmangel oder kurzen Statements von Promis oder Politikern ist sie willkommen.

Eine gute Wahl triffst du mit Stativen mit integrierter Fernbedienung. Bequem mit dem Schwenkhebel kannst du hier Zoom und Schärfe individuell festlegen. Der grosse Vorzug: Du musst nicht mehr selbst an der Kamera herumhantieren. Kleine Verwackler werden zur Seltenheit.

Nahtlose Übergänge, das Geheimnis einer harmonischen Filmproduktion

Handwerkliche Fehler und Planungsmissgeschicke vom Drehtag rächen sich spätestens beim Schneiden. Umso mehr Weitsicht und Feingefühl erfordert die Aufnahme. Bestenfalls lässt du bei jeder Sequenz ausreichend Spielraum übrig. Bei der Landschaftsaufnahme etwa darfst du ruhig 30 bis 40 Sekunden länger auf das Naturmotiv halten. Auch bei der Kamerabewegung machen sich Puffer bezahlt. Lass die Kamera sowohl zu Beginn als auch zum Ende der Aufnahme für mindestens 10 Sekunden ruhen. So sicherst du dir mit einer Aufnahme gleich mehrere brauchbare Einstellungen. Selbst wenn die Kamerabewegung missglückt, hast du immer noch etwas in der Hand.

Auch inhaltliche Übergänge sind nicht zu unterschätzen. Du planst eine Reportage? Leite jede Aufnahme individuell ein. Ein einleitender Schwenk zum Beispiel führt den Rezipienten behutsam an das neue Geschehen heran.

Einstellungssache: die richtige Perspektive bei der Filmproduktion

Verändert sich die Farbtemperatur, verändert sich auch das Bild. Der Wechsel von Tages- zu Kunstlicht etwa bringt häufig einen unerwünschten Gelbstich mit sich. Ein manueller Weissabgleich kann helfen. Gegen die Überstreuung und das Ausfransen von hellen Bildpartien wirkt die sogenannte Zebra-Ansicht. Derweil dämmt der ND-Filter, auch Graufilter genannt, das einfallende Sonnenlicht.

Gut beleuchtet: das richtige Licht für die Filmproduktion

Licht ist bei der Filmproduktion nicht gleich Licht. Beim Aussendreh etwa empfiehlt sich gedämpftes Licht. Besonders leicht hast du es an einem bewölkten Drehtag. Der bedeckte Himmel leuchtet die Szene optimal aus. Sind bei den Aussenaufnahmen Personen beteiligt, bietet sich ein Sonnenreflektor an. Zuverlässig blendet er die Gesichter der Protagonisten ab.

Die besten Aufnahmen gelingen prinzipiell bei seitlichem Lichteinfall, wie es morgens oder abends der Fall ist. Die grelle Mittagssonne gilt es lieber zu meiden. Sie verschleiert nicht nur Gegenstände und Gesichter, sondern erhöht auch das Risiko einer Überbelichtung. Kniffliger wird es im Innenbereich. Wer ganze Räume oder Bühnen ausleuchten will, tut sich mit einem Scheinwerfer mit Diffusor einen Gefallen. Für Nahaufnahmen von Personen genügt meist schon ein Kopflicht.

Problem Achsensprünge – das visuelle Verwirrungselement

Eine goldene Regel bei der Filmproduktion: Vermeide Achsensprünge. Wilde Richtungswechsel stiften nur Verwirrung. Zum Glück lässt sich das Problem einfach umgehen: Verlaufen die Kamera- und Einstellungsstandorte stets im Radius von 180 Grad, kommt es erst gar nicht zum gefürchteten Achsensprung.

Doppelt gemoppelt: zwei Kameras für die Filmproduktion

Manchmal ist eine Kamera nicht genug. Gerade bei besonderen Anlässen wie Hochzeiten, runden Geburtstagen oder Verlobungsfeiern braucht es ein starkes Duo. Zwei Kameras fangen ein und dieselbe Szene aus unterschiedlichen Perspektiven ein. Ein Repertoire aus verschiedenen Blickwinkeln entsteht. So kommt die Szene im Film authentischer rüber. Der Rezipient hat das Gefühl, hautnah dabei zu sein.

Der Ton macht bei der Filmproduktion die Musik

Der Ton ist für viele Filmschaffende noch immer Nebensache. Das Bild hat Vorrang – zu Unrecht. Auch bei der Filmproduktion macht der Ton die Musik. Denke nur an das mitreissende Jubeln im Fussballstadion oder an das rhythmische Rauschen der Wellen. Sie sind das Lebenselixier des Bildes.

Oft reicht das Kameramikrofon für den gewünschten O-Ton aus. Gelegentlich aber, beim Interview zum Beispiel, wird ein externes Mikrofon fällig. Ideal ist ein Richtmikrofon, das die Aussagen des Redners in 20 bis 30 Zentimetern Abstand einfängt. Siehe auch Punkt 9: Ton.

Keine Farbexperimente bei der Filmproduktion

Übermut tut selten gut – so auch bei der Filmproduktion. Gehen Sie nicht mit extravaganten Farbeffekten ans Werk. Sind diese erst einmal im Kasten, lassen sie sich nachträglich nicht mehr so schnell entfernen. Farbige Akzente können Sie Ihren Aufnahmen später immer noch verleihen.

Vielen Dank

Besten Dank für dein Interesse und die Aufmerksamkeit.

Wenn ich dir und deinem Team helfen kann, schreibe mich einfach an.

[CA-Media Webseite](#)