

Wirkungsvolle Videos fürs Web für Dummies

» Hier geht's
direkt
zum Buch

DIE LESEPROBE

Wieso »Videos produzieren« sinnvoll ist

Wieso ausgerechnet »Videos fürs Web produzieren« sinnvoll ist

Kapitel 1

Argumente für Ihre Videos im Web

Unser Credo: Videos machen Spaß. Sehr schnell ist es möglich, zu eigenen Anliegen und Interessen Videos zu produzieren und sie im World Wide Web (WWW) – kurz: Web – anderen Leuten zu zeigen. Alles keine Kunst mehr. Stress mit Kabeln, Mikrofonen oder Lampen muss auch nicht mehr sein (es sei denn, Sie möchten es).

Ihr Smartphone genügt, schon können Sie produzieren und publizieren. Und es kann auch (fast) nichts kaputtgehen, deshalb heißt es »Learning by Doing«. Legen Sie los! Ihrer Kreativität sind keine Grenzen gesetzt.

Vielleicht kümmern Sie sich allein um das Drehbuch, die Filmmusik, die Kameraführung und die (Post-)Produktion des Videos. Oder Sie tun sich mit anderen zusammen und teilen sich die Arbeit. Bleiben Sie dran: Mit Ihren Videos im Web können Sie sich professionalisieren, eine Gemeinschaft von Gleichgesinnten aufbauen oder Öffentlichkeit für Ihr Anliegen schaffen. Und das sollten Sie auch tun ...

- ✓ Webvideos sind sozial/kommunikativ: (Gute) Videos werden über die sozialen Netzwerke sehr schnell verbreitet.
- ✓ Webvideos sind motivierend: Videos machen Spaß. Nicht nur das Anschauen, auch das Produzieren.
- ✓ Webvideos sind anschaulich: Ein Video sagt mehr als viele Texte und Bilder.
- ✓ Webvideos sind authentisch: Sie zeigen »die Wirklichkeit«.
- ✓ Webvideos sind emotionalisierend: Sie sprechen viele Sinne an und lösen Gefühle aus.
- ✓ Webvideos unterstützen die freie Meinungsäußerung: Auf YouTube und anderen Social-Media-Plattformen hat jeder die Möglichkeit, sich frei zu äußern. Somit sind es auch demokratische Medien.

Was sind Webvideos?

Webvideos sind Videos, die über das World Wide Web (WWW) verbreitet werden. Es können kurze, humorvolle Videoclips oder umfassende Filmproduktionen sein – die Art der Auspielung macht den Unterschied. Mit der Veröffentlichung eines Webvideos präsentieren Sie sich der globalen Weltöffentlichkeit! Nur: Um wirksam zu werden, sollte Ihr Video von anderen gesehen werden, idealerweise von der Zielgruppe, die Sie erreichen möchten! Es macht einen Unterschied, ob Sie Ihr Video auf Ihrer Website zur Verfügung stellen oder Videoportale wie YouTube und Vimeo nutzen. Auch Social-Media-Plattformen wie Facebook, TikTok oder LinkedIn fördern die Verbreitung von Videos. Diese Portale und Plattformen nutzen Algorithmen, das heißt Programmierungen, die die Webvideos gezielt an Nutzersegmente ausspielen. Wie diese Programmierungen funktionieren, das ist plattformspezifisch – und ein Betriebsgeheimnis! Die Auswertung besonders weitverbreiteter »viraler« Webvideos und die Befragung von Experten und erfolgreicher Creators lässt Rückschlüsse auf »Dos und Don'ts« für die Produktion Ihrer Webvideos zu – die wir Ihnen in den folgenden Kapiteln weitergeben möchten.

So wirkt Video

Mit dem Smartphone hat man überall, 24/7 den Zugang zum Web. Was waren das für Zeiten, als man im Wohnzimmer vor dem Fernsehgerät saß und das erste Programm um 17 Uhr anfing? Die 1960er-Jahre.

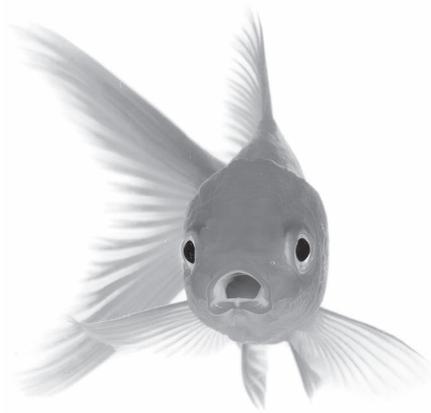
Woher kommt die Vorherrschaft der visuellen und insbesondere auch der bewegten Medien (Film, Fernsehen und Video)? Das liegt an der Anschaulichkeit: Wenn Sie Ihren Fahrradreifen selbst flicken will, können Sie

- ✓ ein Buch darüber lesen,
- ✓ einen Podcast dazu anhören oder
- ✓ ein YouTube-Video anschauen.

Wie würden Sie sich entscheiden?



Aufmerksamkeit? Täglich werden wir von Informationen überflutet: Texte, Bilder, Sounds, Filme. Noch nie hatten wir Menschen eine so große Auswahl an Sinneseindrücken. Das menschliche Gehirn belohnt diese ständig neuen Anreize mit Glücksgefühlen. Das wirkt aber nur kurz. Wir sind Sinnesreiz-Junkies. In der Zwischenzeit haben wir die Aufmerksamkeitsspanne eines Goldfisches (siehe Abbildung 1.1). Video ist das Medium, das die Menschen am meisten und schnellsten anspricht.



9 Sekunden



8 Sekunden

Abbildung 1.1: Die Aufmerksamkeitsspanne in Sekunden – Goldfisch: 9 Sekunden, Mensch: 8 Sekunden. Ob das so stimmt? (Bild links © Andrei Armiagov – stock . adobe . com; Bild rechts © Kurt Schlegel)

Besonderheiten von Videos im Web

Ihr Video braucht einen Ort im Web, damit andere es sehen können. Eine probate Möglichkeit ist die Veröffentlichung auf der eigenen Website. Seit dem Jahr 2004 gibt es die Social-Media-Plattform Facebook, seit 2005 die Videoplattform YouTube. Auf diesen Plattformen vernetzen sich Nutzer miteinander und teilen Medieninhalte, die sie selbst erstellt haben. Darin liegt die große Chance, dass Ihr Webvideo von anderen gesehen und geteilt wird. Nutzen Sie die Möglichkeiten, die das Social Web bietet und vernetzen Sie sich! In Kapitel 3 zeigen wir Ihnen die besten Plattformen für die Veröffentlichung Ihrer Videos im Web.

Videos im Web können auch zur Einnahmequelle werden – Stichwort »Monetarisierung«. Ein kurzer Selbsttest (mit Augenzwinkern 😊): Sie haben Erfahrungen im Produzieren gesammelt und die Hinweise und Tipps zur Videonachbearbeitung in Kapitel 8 sind Ihnen bekannt? Dann sind Sie auf dem Sprung zur weiteren Professionalisierung und im dritten und vierten Teil des Buches genau richtig. Hier einige Argumente für Webvideos als Werbeträger für Ihre zukünftigen Auftraggeber:

- ✓ Videos bleiben im »Gedächtnis hängen«. Die Kombination von Sound, Bild, Video machen das Video sehr einprägsam. Viel stärker als bei einem Text.
- ✓ Kunden lieben Videos. Wenn sowohl Text als auch Video möglich ist, bevorzugen 72 Prozent das Video.
- ✓ »Banner Blindness« hat sich bei vielen Menschen entwickelt, das heißt, wenn man eine Internetseite aufruft, übersieht man automatisch die Werbebanner. Viele Kunden haben Werbeblocker installiert. Videos sind dafür weniger anfällig.

32 TEIL I Videos fürs Web produzieren – worauf es grundsätzlich ankommt

- ✓ Fast ein Drittel aller Menschen nutzen YouTube aktiv. Es sind 1,5 Milliarden Menschen, die sich jeden Monat anmelden und Videos anschauen.
- ✓ Social-Media-Posts mit einem eingebetteten Video erzeugen dreimal mehr eingehende Links.
- ✓ 92 Prozent der Mobilnutzer teilen Videos mit anderen.
- ✓ Eingebettete Videos können die Besucherzahlen einer Website um bis zu 55 Prozent steigern.