



Audiovisuelle Medien Leitfaden

ERGO Akademie



Audiovisuelle Medien produzieren - Erfolgsfaktoren für einen positiven Eindruck

Allgemeines

- Video kann in Form eines Erklärfilms, Interviews, Kurzfilms, Event Reviews oder Zeitraffers umgesetzt werden.
Wichtig ist der passende Spagat zwischen Unterhaltung und Informationsverbreitung.
- Geschichten erzählen und Emotionen wecken.
- Nutzern einen Mehrwert geben.
- Auf hohe Qualität achten.
- Untertitel verwenden.

Technik

- Testen Sie den Ton. Können Sie gut hören? Wird Ihr Ton in einer angenehmen Lautstärke übertragen?
- HD-Qualität

Licht

- Prüfen Sie Ihr Bild. Sind Sie gut zu erkennen?
Ihr Bild sollte nicht zu dunkel und nicht zu hell sein.
- Nutzen Sie eine Lichtquelle, die vor Ihnen ist.

Hintergrund

- Achten Sie auf Ihren Hintergrund.
- Was wollen Sie von sich und Ihrer Umgebung zeigen?
- Folgendes bitte nicht im Bild: Kunstwerke, Logos und Personen, deren Einwilligung nicht schriftlich vorliegen
- Tipp: Nutzen Sie am besten einen neutralen, aufgeräumten Hintergrund

Störfaktoren

- Wählen Sie einen ruhigen Platz ohne Nebengeräusche.
- Vermeiden Sie Zwischenfälle.
- Achten Sie auch auf digitale Störungen und stellen Sie z.B. Bildschirmbenachrichtigungen für eingehende E-Mails, Telefonate und/oder Chat-Nachrichten aus.

Marke ERGO

- ERGO Intro und Outro muss eingebaut sein
- Wenn möglich: Namen und Bezeichnung nennen.

Die Zauberformel für gutes – will heißen weiches – Videolicht lautet:
Tageslicht x richtige Platzierung zur Lichtquelle x kein Gegenlicht

- Das beste (Low-Budget-)Licht ist Tageslicht.

Platziere das Gesicht in Richtung eines Fensters – beim Außendreh alternativ in Richtung einer weißen Wand. Ähnlich einer großen Softbox werden Fenster oder Wand zur überdimensionierten Lichtquelle und streuen das einfallende Licht. Perfekt, um Gesichter weich auszuleuchten. Für Außenaufnahmen gilt es, ungewollte Schatten zu vermeiden. Das gelingt, indem sich Darstellerinnen und Darsteller mit dem Rücken zur Sonne stellen.

Tipp: Je näher eine Person der Lichtquelle ist, desto weicher gelingt der Übergang von hellen zu dunklen Partien. Darstellende sollten etwas schräg zum Lichteinfall positioniert sein. So wirkt eine Gesichtshälfte etwas dunkler – das verleiht der Aufnahme Tiefe und Spannung.

Hilfreich beim Ausrichten der Videobeleuchtung ist es etwa, sich an den fünf Punkten Nase, Kinn, beide Wangenknochen und Stirn oder den vier Feldern Ohr-Kiefer, Ohr-Kiefer und Wange-Nase, Wange-Nase zu orientieren.

- Achtung: Gegenlicht ist ein echter Stimmungskiller. Um die empfindlichen Smartphone-Kamerasensoren nicht zu Ausreißern zu verleiten und deine Aufnahme in einen schlechten Aquarell-Style zu verwandeln, eliminierst du am besten sämtliche Quellen für direktes Gegenlicht.



Hintergrundwissen

Hartes vs. Weiches Licht

Hartes Licht

- Helle Partien heben sich deutlich von dunkeln ab
- Schatten wirken hart & kantig
- Bildanteile sind im Schatten schwer zu erkennen
- Nicht geeignet für Business-Videos
- Wirkung: maskulin, stark & streng

Weiches Licht

- Hell und Dunkel gehen ineinander über
- Schattenkanten sind kaum vorhanden
- Mitteltöne kommen gut rüber & in dunkleren Partien sind Details erkennbar
- Gut für Business-Videos
- Wirkung: freundlich, einnehmend, offen & ehrlich

vs.

Audiovisuelle Medien in einem einheitlichen Erscheinungsbild produzieren

ERGO

Intro

Der Einstieg (Intro) kann dem Film optional vorgeschaltet werden. Er stimmt den Zuschauer auf ERGO ein.

Variante 1: ERGO Logo und Claim



Variante 2: ERGO Logo mit Deskriptor



Bauchbinde

Dienen zur Einblendung von Kurzinformationen, z.B. Namen und Funktionsangaben zu gezeigten Personen oder Hinweise auf weitere Informationen im Internet.

Variante 1: Bauchbinde mit Logo



Variante 2: Schmale Bauchbinde



Outro

Das Ende (Outro) schließt jeden Film ab und dient zur Absenderkennzeichnung: in fünf fest definierten Farbvarianten und den Formaten 16:9, 4:5 und 9:16 verfügbar.



Mehrfarbiges Outro

Kraftvoller visueller Schlusspunkt einer Bewegtbild-Kommunikation.



Einfarbiges Outro

Klare Absenderkennzeichnung für Bewegtbild-Umsetzungen, die ein eher einfaches Ending haben sollen.

Audiovisuelle Medien produzieren – Dress Code – Look and feel

ERGO

Das allerwichtigste zuerst: AUTHENZITÄT.

Nicht verkleiden, sondern richtig wohlfühlen!

Der Look ist zeitgemäß, ohne explizit einem Trend hinterherzulaufen.

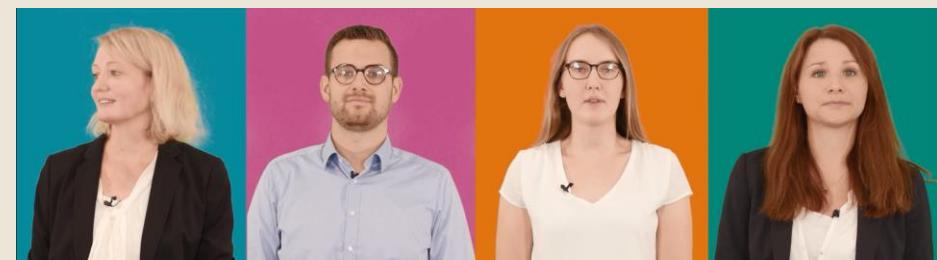
Kleidung

- Hemd/Bluse: hellblau, weiß, hellgelb, hellrosa, beige
(uni, möglichst ohne Muster)
- Pullover mit bluse/hemd: blau, weiß, hellgelb, hellrosa, hellgrau
- Sakko bzw. Blazer: blau, hellgrau (uni, möglichst ohne Muster)
- Keine Krawatte, Fliege oder ähnliches
- Hose uni, möglichst ohne Muster

Make-up/Haare

- Dezentes Make-Up
- Gesicht frei
- Haare frisiert

Look and feel, beispielhaft



7 Tipps für Handyvideos

ERGO

- Das richtige Format: Mobile first.

Streng genommen sollte es „mobile user first“ heißen. Das Video soll den User:innen über den gesamten Smartphone Screen angezeigt werden. Voraussetzung dafür ist das Format 9:16.

Verwendet man stattdessen beispielsweise 16:9, wird nur die Hälfte des Screens genutzt.

Es sei denn, das Smartphone würde horizontal gehalten werden. Aber wer möchte sein Handy erst drehen müssen, um Inhalte konsumieren zu können.

- Jede Sekunde zählt

User:innen möchten ihr Smartphone nicht nur nicht drehen. Sie möchte sich auch nach wenigen Sekunden von einem Video angesprochen fühlen.

Damit ein Video die Aufmerksamkeit erhält, die es verdient, sollte es in den ersten fünf Sekunden überzeugen.

- Text im Bild

Catchy und lesbar. Viele Videos werden ohne Ton abgespielt. Captions helfen dabei, dass User:innen trotzdem auf den Inhalt aufmerksam werden.

Absolutes No-Go: zu viel und zu kleiner Text. Die Worte sollten nicht zu schnell ausgeblendet werden. Ansonsten riskiert man, dass die User:innen mit dem Lesen nicht hinterherkommen.

- Tricks für das Filmen an sich

- Raster in der Kamera aktivieren: In den Handyeinstellungen lässt sich die Rasterfunktion aktivieren. So können zentrale Elemente des Bildes ausgerichtet werden. Die Faustregel: der goldene Schnitt. Personen oder Produkte werden etwas versetzt von der Mitte aus positioniert.

- Belichtung manuell einstellen: Wichtig ist hierbei der Lichteinfall. Mittels AE/AF-Sperre kann Belichtung und Schärfe einfach fixiert werden. Durch Antippen des Bildschirms wählt man den Fokusbereich aus. Bei längerem Drücken wird die AE/AF-Sperre fixiert. Durch das Rauf- und Runterfahren mit dem Finger kann die Belichtung angepasst werden.

- Finger weg von der Zoom-Funktion: Wer ein Motiv näher filmen möchte, sollte langsam auf das Objekt zugehen, anstatt die Zoom-Funktion zu verwenden. Warum? Viele Smartphone-Kameras verfügen nur über einen digitalen Zoom. Dieser vergrößert zwar den Bildausschnitt, verringert gleichzeitig allerdings die Pixelanzahl und die Qualität wird schlechter. Außerdem können Bildausschnitte ggf. auch nachträglich noch vergrößert werden.

- Mehr Spannung durch Zeitraffer oder Slow Motion: Beide Funktionen sind sehr einfach in der Handhabung und bringen Abwechslung in deine Aufnahmen.

So gelingen authentische Personenvorstellungen

- Sei authentisch und selbstbewusst. Authentizität und Selbstbewusstsein spielen nicht nur bei allgemeinen Vorstellungen eine wichtige Rolle, sondern auch im Vorstellungsvideo. Ein gepflegtes Auftreten ist von Bedeutung. Um sich darauf vorzubereiten, kann man vor dem Dreh vor einen Spiegel treten und das freie Reden üben. Dadurch gewöhnt man sich daran, laut zu sprechen und kann gleichzeitig auf seine Gestik und Mimik achten. Es ist empfehlenswert, die normale Sprache zu verwenden, gerne auch im Dialekt, und nur Worte zu wählen, die dem Umfeld entsprechen und von jedem verstanden werden. Eine einfache und natürliche Vorstellung strahlt mehr Selbstbewusstsein aus.
- Ein weiterer wichtiger Punkt ist die Verwendung von Stichpunkten anstelle eines fließenden Textes. Es ist besser, nicht auswendig zu lernen und einfach herunterzurasseln. Je mehr Begeisterung und Leidenschaft man vermittelt, desto fesselnder wird das Gesagte. Eine kurze und prägnante Stichpunktliste ist hierfür am besten geeignet.
- Die persönlichen Daten sollten zuerst genannt werden. Dazu gehören der Name und gegebenenfalls Informationen wie das Alter oder der Wohnort, die für das Gegenüber von Nutzen sein können. Da es sich um einen beruflichen Kontext handelt, ist es wichtig, den Tätigkeitsbereich oder den Jobtitel im Unternehmen zu erwähnen.
- Der Inhalt sollte kurz und prägnant sein, da eine ausführliche Berufsbiografie den Rahmen eines Kurzvideos sprengen würde. Überlegen Sie, wo Sie das Video veröffentlichen möchten, um den Zuschauern Mehrwert zu bieten. Vielleicht haben Sie eine interessante kurze Geschichte, für die Sie sich einsetzen, oder Sie fokussieren sich auf bestimmte Themen, für die Ihre Leidenschaft brennt. Warum sind Sie für die Zuschauer interessant? Welche Fähigkeiten besitzen Sie? Welchen Vorteil haben die Zuschauer von Ihrer Bekanntschaft?
- Ein wichtiger Aspekt ist der Call to Action am Ende. Sie haben es geschafft, dass Personen sich für Ihre Fähigkeiten interessieren. Nutzen Sie dieses Interesse! Was möchten Sie mit dem Video erreichen? Sollen die Zuschauer sich mit Ihnen vernetzen? Soll man Ihnen schreiben oder Ihre Website besuchen? Fordern Sie die Zuschauer am Ende des Videos zu einer Handlung auf und geben Sie ihnen Informationen darüber, wie und wo sie Sie erreichen können.

Technische Daten / Formate

ERGO

Kommunikationskanäle	Technische Daten
Twitter, Facebook, LinkedIn	1080x1080 PNG/MP4
Instagram	1080x1080 bzw. Story 1080x1920 PNG/MP4
XING	Format: AVI, MOV oder MP4, Verhältnis: 16:9, Größe: max. 5 GB
RD Homepage	1200x675 PNG/MP4
vertriebskarriere.ergo.com	2400x2400 PNG,
HybridRecruiting App	MP4, 16:9, Codec: h264, Vorschaubild: 2144x1206px + 1072x603px PNG, max. 500 MB
AGT Homepage (Homepage-Baukasten)	1200x675 PNG/MP4
Video Creator	1080x1920 PNG/MP4
WhatsApp	Hochformat: MP4, MKV, AVI, 3GP und MOV, max. 16 MB, Verhältnis: 16:9 (1080x1920)
Digital Signage	Hoch- und Querformat: MP4, Verhältnis: 16:9 (1080x1920) + 9:16 (1920x1080)