

# Hingucker Web-Videos

Web-Videos produzieren und publizieren liegt im Trend. Doch professionelle Videoclips zu erstellen, ist nicht ohne Tücken. Online PC zeigt, worauf Sie achten müssen.

Der Boom von Web-Videos, Podcasts und On-Demand-Anwendungen im Internet macht deutlich: Marketingabteilungen setzen immer häufiger Video-Beiträge als Werbe- und Kommunikationsinstrument ein. Der Einsatz crossmedialer Lösungen soll dabei helfen, Werbebotschaften gezielter zu verbreiten und damit auf dem hart umkämpften Markt Wettbewerbsvorteile zu erzielen. Gleichzeitig nimmt die Zahl der von Privatpersonen auf Youtube hochgeladenen Videoclips rasant zu.

## Auf Stolpersteine achten

Web-TV ist im crossmedialen Medienmix ein Instrument, mit dem sich Informationen besonders schnell kommunizieren lassen. Richtig eingesetzt, hat es nach Ansicht von Fachleuten das Potenzial, überdurchschnittlich viele Folgehandlungen wie Kontaktaufnahmen oder Kaufentscheide zu generieren.

Doch Vorsicht: Bei der Web-TV-Produktion gilt es einige Fallgruben zu vermeiden. Gerade Unternehmen, die Web-TV mit eigenen Ressourcen produzieren möchten, stellen schnell fest, dass auch bei Videoproduktionen erst Übung den Meister macht. Wichtig ist, dass Firmen im eigenen Hause junge Talente, die keine Berührungsängste mit neuen Techno-

logien kennen, mit der Videoproduktion vertraut machen. So hat man den ersten Schritt zum Erfolg bereits getan.

Unternehmen sollten darauf achten, ausschliesslich professionelle Web-TV-Beiträge zu produzieren. Laienhafte Produktionen können sich nämlich negativ auf das Image einer Organisation auswirken. Aber auch Hobbyfilmer tun gut daran, die nachfolgenden Tipps zu berücksichtigen, da bei kleinen Videoproduktionen oft die gleichen Probleme auftreten.

Wer Web-TV im Rahmen eines crossmedialen Kommunikationsmix einsetzt, wird schnell feststellen, dass es in der Praxis eine besondere Herausforderung darstellt, die Akteure zur richtigen Zeit und am richtigen Ort aufzubieten. Der organisatorische Aufwand, das punktliche Eintreffen der Speaker an einer Messe oder bei Aufnahmen im eigenen Firmensitz zu koordinieren, darf nicht unterschätzt werden.

Beim Filmdreh selbst macht es natürlich einen grossen Unterschied, ob man mit geübten



**Neue Technologien:** Der Aufwand bei der Produktion von professionellem Web-TV ist nicht zu unterschätzen.

Sprechern zusammenarbeitet oder nicht. Personen, die selten oder nie vor der Kamera stehen, müssen sich in der Regel zuerst auf die ungewöhnliche Situation einstellen. Es empfiehlt sich daher, immer genügend Zeit für Interviews einzuplanen, damit der Zeitplan nicht völlig aus dem Ruder läuft.

Spontaneität kommt auch bei Videobeiträgen gut an. Die gefilmten Personen sollten auf keinen Fall ihren Text ablesen. Das wirkt gestellt und zeugt von Unsicherheit. Ein

## Swisstalk: "Videoclips müssen professionell produziert werden"



**Online PC:** Canon spezialisiert sich seit einiger Zeit auf medienübergreifende Lösungen. Welchen Nutzen bringt dieses Konzept?

**Markus Naegeli:** Viele Unternehmen überlegen sich, wie sie ihr Marketing und ihre Kommunikation effizienter gestalten können. Wir können unseren Kunden gewährleisten, dass crossmediale Lösungen aus dem Hause Canon in der Praxis stets eine optimale Wirkung bei der Zielgruppe erzielen. Canon bietet seit langem das gesamte Spektrum an Technologien und Dienstleistungen an, das bei der Realisierung crossmedialer Kampagnen benötigt wird.

**Online PC:** Web-TV wird als Teil der crossmedialen Lösungen immer beliebter. Weshalb?

**Naegeli:** Web-TV sticht als Medium, das Informationen schnell und aufmerksamstark kommunizieren kann, besonders hervor. Damit Unternehmen auch die modernen und mobilen Konsumenten im WorldWideWeb erreichen



**Markus Naegeli**  
ist CEO der Canon (Schweiz) AG

können, setzen sie immer häufiger Web-TV als Werbe- und Kommunikationsinstrument ein. Wichtig dabei ist, dass Videoclips professionell produziert werden, damit sie bei den Empfängern eine positive Wirkung erzielen.

**Online PC:** Worauf ist beim Entscheid zugunsten einer Web-TV-Produktion zu achten?

**Naegeli:** Zunächst ist es wichtig, dass ein gut durchdachtes Konzept vorliegt, das die weiteren Prozess-

schritte der Web-TV-Produktion definiert.

Anschliessend benötigt man für die Produktion von Web-TV ein professionelles Filmteam. Für den gelegentlichen Einsatz ist es einfacher, das Know-how bei einem externen Dienstleister einzukaufen. Wird jedoch regelmässig Web-TV produziert, so rechnet sich die Anschaffung einer eigenen Profi-Ausrüstung und die Ausbildung eines Mitarbeiters schon nach wenigen Produktionen.

**Online PC:** Wo liegen die Schwierigkeiten?

**Naegeli:** Nebst den üblichen Stolpersteinen beim Produktionsprozess von Videoclips müssen Unternehmen bedenken, dass sie jede Chance nutzen müssen, um die eigene Website mit Web-TV zu bewerben. Der beste Internetauftritt nützt nichts, wenn er von den Konsumenten nicht gefunden wird. Nur mit dem gezielten Einsatz sogenannter Push-Marketing-Instrumente wie Direct Mailings oder Inserate lässt sich der notwendige Traffic auf die Landing Page im Internet generieren. *jb*

Gespräch führt man vorzugsweise im Stehen, das wirkt lockerer. Wichtig ist auch, nicht eine einzige statische Kameraeinstellung zu wählen, sondern den Videobeitrag aus verschiedenen Blickwinkeln zu filmen. Beim Schnitt werden die einzelnen Videofragmente dann zu einem lebendigen und schwunghaften Gesamtclip zusammengesetzt.

Natürlich hat auch das Ambiente des Studios einen Einfluss auf das filmische Endprodukt. Man sollte daher auf die richtigen Lichteinstellungen achten und den Hintergrund so gestalten, dass dieser thematisch optimal zum Clip passt. Bei Web-TV, das etwa bei einer Messe in Kooperation mit mehreren Partnern produziert wird, eignet sich eine Rückwand (Backdrop), auf der alle Logos der Partner ersichtlich sind.

### Auf dem schnellsten Weg ins Internet

Sind die einzelnen Videosequenzen erst einmal im Kasten, geht es darum, die Szenen zu einem fertigen Filmclip zusammenschneiden und im Internet zu publizieren. Recht einfach geht dies mit einigen Camcordern der neusten Generation, mit denen man die zuvor aufgenommenen Sequenzen sogar ohne PC zu einem Filmclip zusammenfügen kann. Wer in einer höheren Liga mitspielen will, greift auf

ein professionelles Videoschnittprogramm zurück. Die Auswahl reicht dabei von kostenloser Freeware bis hin zur teuren Profi-Software.

Ist das Video einmal fertig geschnitten, geht es um die Publikation der Inhalte. Bewegte Bilder werden im Web 2.0 am besten als Flash-Datei via Streaming-Server bereitgestellt. Ein Vorteil gegenüber anderen Technologien ist dabei, dass ein Video auch dann nicht unterbrochen wird, wenn Datenpakete verloren gehen. Da die IT-Abteilungen vieler Unternehmen keinen separaten Streaming-Server aufbauen wollen, bietet hier Cloud-Computing eine interessante Alternative.

Privatpersonen und Unternehmen mit kleinem Budget greifen auch auf kostenlose Video-Hosting-Services wie [video.google.com](http://video.google.com), [youtube.com](http://youtube.com) oder [myvideo.de](http://myvideo.de) zurück. Diese Anbieter kümmern sich um das Konvertieren des hochgeladenen Videomaterials und um das Hosten des Videos.

Wer einen Gratisdienstleister nutzt, muss allerdings einige Einschränkungen in Kauf nehmen. So darf ein hochgeladenes Video oft nicht länger als zehn Minuten dauern und nicht grösser als zwei GByte sein. Zudem werden nur gängige Videoformate akzeptiert. Meist wird das Video beim Upload mit dem



**Medienmix:** Ein Empfänger muss bei einer crossmedialen Kampagne sofort erkennen, dass die verschiedenen Kanäle zu ein und derselben Kampagne gehören.

Logo des Anbieters versehen – das bleibt auch dann sichtbar, wenn der Clip anschliessend in der eigenen Website eingebettet wird. ■

Jürg Buob



# Geld drucken?

## 50% weniger Druckkosten

mit dem **HP Officejet Pro** gegenüber Laserdruckern.<sup>1</sup>

**3 Jahre**  
GARANTIE

**DER SPEZIALIST FÜR IHR BÜRO**

HP Officejet Pro 8500 Wireless All-in-One  
Weitere Informationen über dieses Produkt finden Sie unter [hp.com/ch/de/mybusiness](http://hp.com/ch/de/mybusiness)

**JETZT**  
**CHF 399.-**

Inkl. MwSt. und vRG.

**HIT PRINT**  
AFFORDABLY



© 2010 Hewlett-Packard Development Company, L.P. Alle Rechte vorbehalten.

<sup>1</sup> Gilt für den Großteil aller Farblaser AiOs unter 400 € exklusive MwSt. im März 2010. ISO-Seitenreichweite von OJ Pro mit Patronen der höchsten Kapazität bei durchgängigem Drucken; mehr unter [hp.com/go/learnaboutsupplies](http://hp.com/go/learnaboutsupplies). Energieverbrauch basiert auf HP Tests unter Verwendung der TEC-Testmethoden des ENERGY STAR®-Programms; mehr unter [hp.com/eur/mybusiness](http://hp.com/eur/mybusiness)