



Steger-Video

TV- und Videoproduktionen

Was macht einen guten Videofilm aus?

- Ein Videofilm dauert idealerweise **zwischen zwei und drei Minuten**, wobei kürzere Videos von den Betrachtern bevorzugt werden. 75 Prozent von Befragten geben beispielsweise an, am liebsten Videos unter 2 Minuten zu konsumieren.
- Es geht nicht darum, ein Thema völlig zu erschöpfen, sondern die **relevanten Aspekte** zu zeigen.
- Um die Aufmerksamkeit der Betrachter aufrecht zu erhalten, sollte der Inhalt **möglichst spannend, unterhaltend und abwechslungsreich in Bild und Ton** gestaltet sein.
- Falls (Sprech-)Text genutzt wird, sollte der Inhalt **leicht verständlich** sein.

Beispiel 1: Ohne Text und Sprecher

Ein Überblick mit Einblick in das Unternehmen bietet die Schifffahrtsgesellschaft Vierwaldstättersee Luzern (SGV). Der Videofilm über die „SGV Holding“ zeigt die Teilbereiche: Vierwaldstättersee, Tavolago, Shiptec und SGV Express (Katamaran Bürgenstock). Durch die Gestaltung des Films verstehen alle, was für Dienstleistungen angeboten werden und wer für welche Bereiche zuständig ist.



Beispiel 2: Grossprojekt „circulago“ der Stadt Zug

Der Film dokumentiert den Rohreinzug mit Geräten und Produkten der TMH Hagenbucher AG. Dabei wird nicht nur gezeigt, wie die Gerätschaften konkret eingesetzt und welche Arbeiten ausgeführt werden. Auch die Menschen, die am Grossprojekt „circulago“ beteiligt sind, werden entsprechend in Szene gesetzt. So wird die handwerkliche, professionelle und menschliche Komponente dieses einmaligen Grossprojekts im Film gezeigt.



Beispiel 3: Produktfilm mit Sprecher

Der Film „Werners Markt-Magenbrot“ zeigt mit wie viel Handarbeit sein Produkt entsteht. In diesem Video kommt ein Sprecher als Textelement zum Einsatz. Dieser ergänzt den Videofilm mit Hintergrundinformationen und erklärt Abläufe die vielleicht videotechnisch nicht gezeigt werden können oder dürfen. Hier führt also nicht allein das Bild, sondern mehr der Text/Sprecher den Zuschauer durch den Film.



Beispiel 4: Unternehmensfilm mit Sprecher

Die Firma Imabach Logistik AG zeigt einen imposanten Einblick hinter die Kulissen ihrer Tätigkeit. Dabei wurde als Stielelement „nur“ eine Drohne eingesetzt und das Ganze mit diversen Zeitraffern ergänzt. Der Sprecher führt den Zuschauer durch den Film und vervollständigt das Unternehmensvideo mit interessanten Hintergrundinformationen.



Zusammengefasst:

In einem modernen Marketing-Mix ist Video-Marketing heutzutage nicht mehr wegzudenken. Informationen erreichen die Zielgruppe über Bewegbild auf emotionaler Ebene mit dem Ziel, eine Verbindung zwischen Kunden und Unternehmen herzustellen. Videofilme erhalten eher Aufmerksamkeit als reiner Text, wobei sich Filme auf das Wesentliche konzentrieren und nicht zu lang sein sollten. Eine sinnvolle Dramaturgie kann erfolgsentscheidend für Videos und Imagefilme sein.

Und zu guter Letzt: Wie bei allen Formaten gilt es auch bei Unternehmensvideos, stets authentisch zu bleiben und potenziellen Neukunden ein realistisches Bild vom Unternehmen zu vermitteln.

Von der Planung über die Ausführung bis zur geeigneten Präsentation - alles aus einer Hand!

Die Steger-Video unterstützt Sie mit dem breiten Angebot an Dienstleistungen im Bereich TV, Film und Videoproduktionen. **Wir beraten Sie gerne für eine Idee oder Umsetzung im Video-Marketing.**

