

Weniger ist mehr!

Wie muss ein erfolgsversprechendes Video aussehen?
CP MONITOR hat bei Bewegtbildagenturen nachgefragt

CP MONITOR: Was sind die drei größten Fehler, die bei Bewegtbild-Konzeption und -Produktion gemacht werden?

Marc Figur, Vorstand Sales & Marketing bei der how2 AG – Agentur für Video Content Marketing, München: Es werden von Kundenseite keine Ziele/ KPIs definiert, was zur Folge hat, dass der Erfolg eines Projektes nicht gemessen werden kann. Keywords werden nicht ermittelt – Stichwort: data driven storytelling. Es fehlt die Auswahl an Kanälen/Touchpoints, auf denen die Zielgruppen erreicht werden und Video Content ggf. angepasst werden sollte.

Clemens Groche, Geschäftsführer von videoboost, Darmstadt: Der größte Fehler ist sicherlich, mit einem Video zu viele Informationen vermitteln zu wollen. Der Informationsgehalt sollte die Zuschauer aber nicht erschlagen. Wer sich nicht auf das Wesentliche beschränkt, begeht meist noch einen zweiten Fehler, nämlich das Video länger zu machen als unbedingt nötig. Bei überlangen Videos besteht allerdings die

Gefahr, dass der Zuschauer das Interesse verliert und sich das Video nicht bis zum Ende anschaut.

Daher mein Tipp: Weniger ist mehr! Je nach Einsatzzweck reicht meist schon eine Minute aus, um alle notwendigen Informationen zu transportieren. Auch bei der Formulierung werden gerne Fehler gemacht. Die Sätze des Spots/Textes sollten kurz, knackig und leicht verständlich sein. Bei der Wortwahl empfehle ich, sich am Jargon der Zielgruppe zu orientieren. Denn die zielgruppengerechte Ansprache ist das A und O in der Bewegtbild-Produktion.

Holger Koenig, Inhaber Koenigfilm Agency for digital storytelling, Düsseldorf, und CMF-Bereichsvorstand Bewegtbild: Die meisten Filme funktionieren nicht, weil sie die zwingend notwendigen Bestandteile einer Story entweder nicht haben oder an der falschen Stelle einsetzen. Story braucht Charaktere mit einem klaren Ziel und einen Konflikt, der ihnen im Weg steht.

„Es werden von Kundenseite keine Ziele/ KPIs definiert, was zur Folge hat, dass der Erfolg eines Projektes nicht gemessen werden kann“

Marc Figur,
Vorstand Sales und
Marketing how2 AG



Marc Figur, Vorstand Sales und Marketing how2 AG



Clemens Groche, Geschäftsführer von videoboost



Holger Koenig, Inhaber Koenigfilm und CMF-Bereichsvorstand Bewegtbild