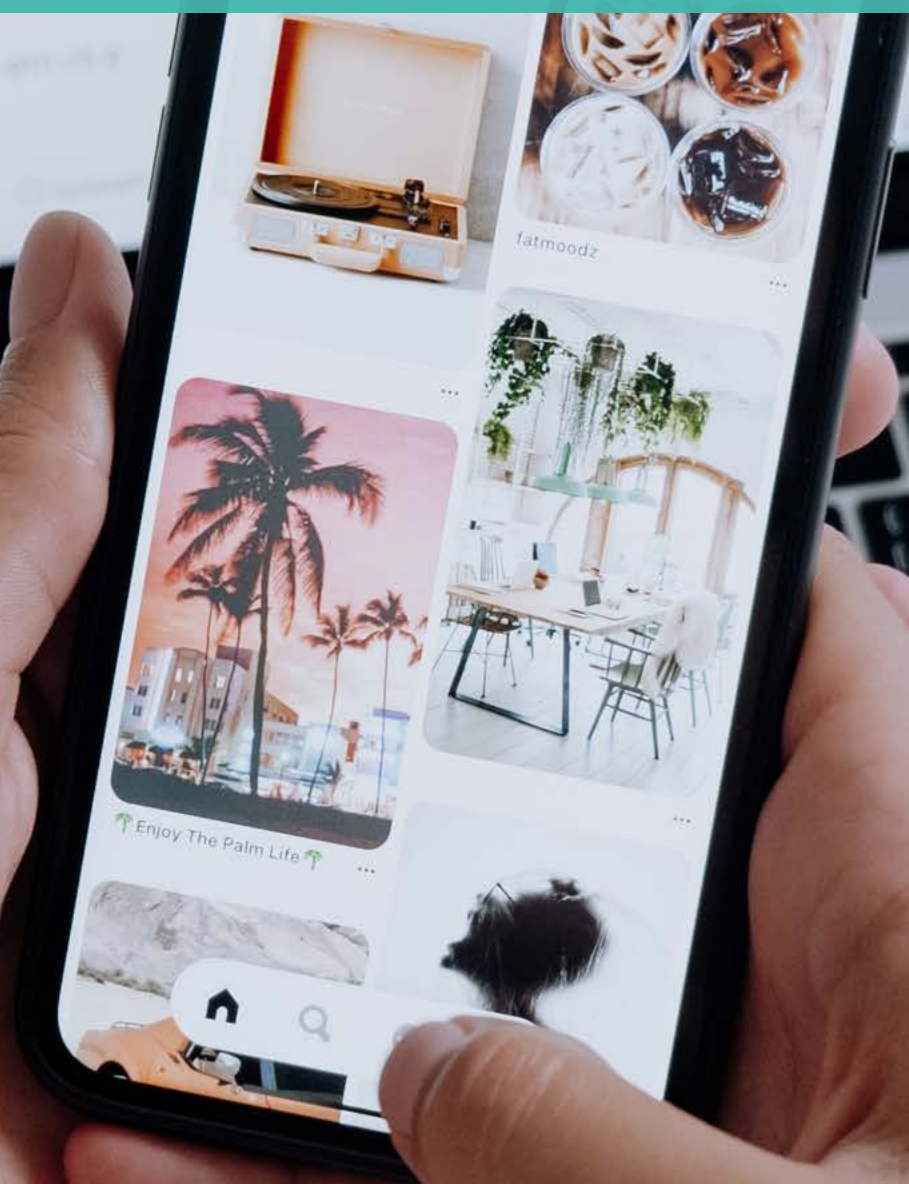


KURZVIDEO CONTENT:

Tipps für bessere Videos



minoru

IMMOBILIEN MEDIA CREATION

KURZVIDEO CONTENT:

Tipps für bessere Videos



IMMOBILIEN MEDIA CREATION

INHALT

Zielgruppen Erforschung
Engagement fördern
Branding und Tonality
In der kürze liegt die würze
Grafiken hinzufügen
Qualität oder Quantität?
Sendezeit schafft Klarheit
Storytelling Tipp
Der erste Eindruck
Inklusion inkludieren
Trends und Themen finden
Immer wieder anders
Trending Songs
Kommentare beantworten
Traffic lenken
Posten, testen, wiederholen
Licht, Ton, Action
Sei echt und keine Werbung
Business Inhalte
Kurzvideo Struktur

“

Was fühlen wir, wenn wir ein gutes Foto betrachten?
Wir wollen einfach da sein, genau in dem Moment,
in dem das Foto gemacht wurde!

MEHMET MURAT ILDAN

”



ZIELGRUPPEN ERFORSCHUNG

Die Entwicklung überzeugender Social-Media-Beiträge folgt einem vorhersehbaren Muster. Daher ist gründliche Recherche über die Zielgruppe entscheidend, unterstützt durch Analyse-Dashboards für Einblicke in demografische Merkmale und Interessen. Bei Kenntnis der aktuellen Vorlieben können maßgeschneiderte Kurzvideos erstellt werden, um eine hohe Interaktionsrate zu erzielen.

Angenommen, deine Recherche zeigt, dass die jüngsten Besucher deiner Social-Media-Seite im Alter von 18 bis 25 Jahren liegen. In diesem Fall ist es äußerst vorteilhaft zu wissen, was in dieser speziellen Altersgruppe derzeit im Trend liegt. Diese Informationen ermöglichen es, kurze, auf die aktuellen Vorlieben abgestimmte Inhalte zu erstellen, die nicht nur eine hohe Interaktionsrate und Reichweite generieren können.

Die gezielte Ausrichtung auf aktuelle Trends und Präferenzen dieser Zielgruppe kann eine effektive Strategie sein, um eine authentische Verbindung herzustellen. Das Verfassen kurzer, ansprechender Inhalte, die auf die Bedürfnisse und Interessen dieser Altersgruppe zugeschnitten sind, wird so zu einer wirkungsvollen Methode, um maximale Aufmerksamkeit und Interaktion zu erzielen.

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

ENGAGEMENT FÖRDERN

Stimuliere die aktive Beteiligung deines Publikums durch kluge Kurzform-Inhalte. Nutze prägnante Aussagen, um das Publikum dazu zu bewegen, nicht nur zu reagieren, sondern tiefer in deine Inhalte einzusteigen.

Beispiele:

Fragen stellen: Integriere gezielte Fragen, um Zuschauer zum Teilen ihrer Gedanken anzuregen. Zum Beispiel: "Teile deine Ansichten zu diesem Thema unten in den Kommentaren!"

Abstimmungen: Verwende Abstimmungen, um das Publikum einzubeziehen. Z. B.: "Stimme mit Daumen-hoch für Option A oder Herzchen für Option B ab, um uns deine Präferenz mitzuteilen!"

Teilnahmeaktionen: Motiviere das Publikum, kreative Beiträge unter einem bestimmten Hashtag zu teilen. Zum Beispiel: "Mach mit bei unserer #ProduktFotoChallenge, teile ein Bild mit unserem Produkt und benutze den Hashtag – wir freuen uns auf deine kreativen Einfälle!"

Durch solche Strategien förderst du nicht nur Interaktion, sondern baust auch eine engagierte Community auf. Das stärkt die Markenbindung und ermöglicht tiefere Gespräche mit deinem Publikum.

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

BRANDING UND TONALITY

Kultiviere deinen individuellen Ausdruck, denn die Entwicklung des Markencharakters in sozialen Medien ist von größerer Bedeutung, als es auf den ersten Blick den Anschein haben mag. Obwohl es hin und wieder akzeptabel ist, den Wünschen des Publikums nachzugeben, kann das konsequente Festhalten an einer klaren Tonalität und einer einheitlichen Ausdrucksweise positive Effekte haben.

Angenommen, dein Hauptverfasser für Inhalte verlässt das Team: Könnte er oder sie den charakteristischen Ausdruck der Marke mitnehmen? Das ist durchaus denkbar, weshalb es essenziell ist, klare Markenrichtlinien zu etablieren, die eine kohärente Stimme und Ausdrucksweise gewährleisten. Starte damit, die Autoren in deinem Team dazu zu ermutigen, nicht von der vordefinierten Sprache für deine Marke abzuweichen.

Der Vorteil dieser Herangehensweise liegt darin, dass Konsumenten bereits anhand deiner Kurzform-Inhalte in sozialen Medien deine Marke identifizieren können, ohne den Markennamen lesen zu müssen.

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

IN DER KÜRZE LIEGT DIE WÜRZE

Es ist von wesentlicher Bedeutung sicherzustellen, dass deine Kurzform-Inhalte direkt zum Kern der Aussage gelangen und dass jedes einzelne Wort einen deutlichen Mehrwert bietet. Engagiere dein Publikum von Anfang an, um einen nachhaltigen Eindruck zu hinterlassen.

Im Folgenden findest du einige erstklassige Tipps:

1. Verfasse fesselnde Überschriften und einleitende Sätze, die die Aufmerksamkeit augenblicklich einfangen. Hierbei ist es entscheidend, die Essenz deiner Botschaft prägnant zu vermitteln und dabei dennoch das Interesse des Lesers zu wecken.

2. Setze Techniken des Storytellings ein, um nicht nur Informationen zu übermitteln, sondern auch Emotionen zu wecken und einen bleibenden Eindruck zu schaffen. Geschichten haben die Kraft, eine Verbindung herzustellen und Inhalte für dein Publikum einprägsam zu gestalten.

Indem du dich auf Klarheit und Substanz in deinen kurzen Inhalten konzentrierst, sicherst du nicht nur eine effektive Kommunikation, sondern auch eine tiefgehende Verbindung mit deinem Publikum, die über das bloße Informieren hinausgeht.

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

GRAFIKEN HINZUFÜGEN

Integriere visuelle Elemente wie Emojis, Sticker, Stockbilder und Videos, um die ästhetische Anziehungskraft deiner Kurzform-Inhalte erheblich zu steigern. Diese visuellen Elemente fungieren nicht nur als schmückendes Beiwerk, sondern spielen eine aktive Rolle im Beitrag.

Die bewusste Integration von Emojis ermöglicht nicht nur eine betonte Betonung von Emotionen, sondern vertieft auch die emotionale Verbindung zu deinem Publikum. Sticker und qualitativ hochwertige Stockbilder tragen dazu bei, eine visuelle Geschichte zu erzählen und deine Botschaft auf ästhetisch ansprechende Weise zu vermitteln. Videos hingegen verleihen deinen Inhalten eine dynamische Dimension, die die Aufmerksamkeit fesselt und eine immersive Erfahrung für die Betrachter schafft.

Die sorgfältige Auswahl und Einbindung dieser visuellen Elemente eröffnet nicht nur neue kreative Möglichkeiten, sondern verstärkt auch die Wirkung deiner Botschaft, indem sie visuelles Interesse wecken und eine tiefere Verbindung zu deinem Publikum herstellen. Somit wird nicht nur die Ästhetik, sondern auch die inhaltliche Relevanz deiner Kurzform-Inhalte optimiert.

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

QUALITÄT ODER QUANTITÄT?

In der faszinierenden Welt der Kurzform-Inhalte erweist es sich als grundlegend, Qualität stets höher zu bewerten als bloße Quantität. Jedes einzelne Stück Content sollte mit größter Akribie und Aufmerksamkeit gestaltet werden, um nicht nur informativ zu sein, sondern auch eine tiefgreifende Resonanz beim Publikum zu erzeugen. Die Sorgfalt bei der Inhaltserstellung gewährleistet nicht nur eine bessere Verbindung zu deiner Zielgruppe, sondern trägt auch dazu bei, dass deine Botschaft nachhaltig in den Köpfen und Herzen der Zuschauer verankert wird.

Ein wesentlicher Tipp, der hierbei eine Rolle spielt:

Investiere in professionelle Editing Dienstleistungen, um einen durchweg polierten und professionellen Ton in deinen Inhalten zu bewahren. Sie stellen sicher, dass der Inhalt als Ganzes einen kohärenten und ansprechenden Fluss beibehält. Dies führt zu einer höheren Authentizität und Wirksamkeit deiner Botschaft.

Beachte jedoch: Qualität und Quantität zu vereinen, übertrifft stets die Wahl zwischen reinem Fokus auf Qualität oder Quantität.

Die Synergie zwischen qualitativ hochwertigen Inhalten und einer angemessenen Menge kann eine effektive Strategie darstellen. Dies bedeutet, dass du die Möglichkeit hast, eine Fülle an qualitativ hochwertigen Inhalten zu produzieren, ohne dabei die Tiefe und Substanz zu opfern. Ein ausgewogener Ansatz ermöglicht es, sowohl die Bedürfnisse deiner Zielgruppe zu erfüllen als auch eine nachhaltige Präsenz in der dynamischen Landschaft der Kurzform-Inhalte aufzubauen.

“SENDEZEIT” SCHAFFT KLARHEIT

Folge einem durchdachten Veröffentlichungszeitplan

Ein konsistenter Veröffentlichungszeitplan ist entscheidend, um ein Publikum zu entwickeln und deren Interesse an deinen Inhalten aufrechtzuerhalten. Erzeugst du Erwartungshaltung und baust eine treue Anhängerschaft auf.

1. Content-Kalender erstellen: Plane Kurzform-Inhalte im Voraus für thematische Konsistenz und strategische Platzierung.

2. Überwache Audience Engagement: Achte auf Publikumsbeteiligungskennzahlen, um die besten Veröffentlichungszeiten zu identifizieren und deinen Zeitplan anzupassen.

Ein durchdachter Veröffentlichungszeitplan schafft nicht nur Erwartungshaltung, sondern entwickelt auch eine zuverlässige Beziehung zu deinem Publikum. Regelmäßige Präsenz verankert deine Inhalte im Gedächtnis und fördert eine loyale Anhängerschaft, die auf kontinuierlichen Mehrwert setzt.

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

STORYTELLING TIPP

Die Kunst, mit TikToks und Reels eine fesselnde Geschichte zu erzählen, kann zweifellos eine Herausforderung darstellen, doch sie ist keineswegs unüberwindlich.

Es könnte äußerst nützlich sein, sich 4 Punkte des Geschichtenerzählens vor Augen zu führen: Handlung, Personen, Ort und Zweck.

Handlung: Stellen Sie sich die Frage, welche Geschichte Sie vermitteln möchten, und wie Sie dies auf eine Art und Weise tun können, die die Zuschauer in den Bann zieht. Überlegen Sie, wie Sie den Plot so gestalten können, dass er sowohl interessant als auch ansprechend ist.

Personen: Definieren Sie sorgfältig die Charaktere, die in Ihrem Video auftreten sollen, und welchen Beitrag sie zur Geschichte leisten. Denken Sie darüber nach, welche Rollen sie spielen und wie ihre Dynamik zur Entwicklung der Handlung beitragen kann.

Ort: Betrachten Sie die Umgebung, in der sich Ihr Video entfaltet. Die Wahl des Schauplatzes beeinflusst die Atmosphäre und den Kontext Ihrer

Geschichte. Ein gut gewählter Ort kann dazu beitragen, die Erzählung zu verstärken und die Zuschauer tiefer in die Handlung einzubeziehen.

Zweck: Klären Sie das Ziel Ihres Videos. Was möchten Sie mit Ihrer Geschichte erreichen? Überlegen Sie, welchen nächsten Schritt Sie von den Zuschauern erwarten. Ob es darum geht, sie zum Nachdenken anzuregen, zu unterhalten oder zu einer Handlung zu bewegen – der Zweck gibt Ihrer Erzählung eine klare Richtung.

Indem Sie diese Aspekte berücksichtigen und gezielt in Ihre kreativen Prozesse integrieren, können Sie sicherstellen, dass Ihre Kurzvideos nicht nur visuell ansprechend sind, sondern auch eine kohärente und beeindruckende Geschichte erzählen.

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

DER ERSTE EINDRUCK

Auf Plattformen wie TikTok und Instagram zählt ein View, sobald ein Nutzer ein Video für mindestens 3 Sekunden betrachtet. Dies unterstreicht die kritische Bedeutung der ersten Sekunden Ihres Videos. Ohne sofortige Aufmerksamkeit durch beeindruckende Bilder, fesselnde Fragen oder aussagekräftige Statements könnte Ihr Video den gewünschten Erfolg verfehlen.

Hier sind 4 Tipps für einen erfolgreichen Einstieg in Ihr Kurzvideo:

1. Überraschung: Starten Sie mit etwas noch Nie-gesehenem, einem ungewöhnlichen Blickwinkel oder schnellen Bewegungen, um einen Überraschungseffekt zu erzeugen.
2. Emotionen: Versetzen Sie Ihr Publikum sofort in ein Gefühl wie Mitgefühl, Schock, Angst oder Aufregung.

3. Psychologie: Elemente wie Welpen, Essen und Haie wecken ungeteiltes Interesse.

4. Persönlichkeit: Überlegen Sie, was für Ihr Publikum persönlich ist und ihre Aufmerksamkeit erregen würde.

Nach dem Erstellen des Videos überprüfen Sie die ersten 3 Sekunden. Haben Sie genug getan, um jemanden vom Weiterscrollen abzuhalten? Falls nicht, optimieren Sie den Einstieg, da der Rest des Videos sonst möglicherweise vergeblich erstellt wurde.

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

INKLUSION INKLUDIEREN

Beachten Sie unbedingt die Hinzufügung von Bildunterschriften. Bei den meisten Plattformen, ist der Ton normalerweise aktiviert, und die meisten Nutzer sehen sich Kurzvideos auf diese Weise an. Dennoch gibt es nach wie vor viele Menschen, insbesondere auf Instagram und Facebook, die diese Plattformen stumm schalten, wie z.B. beim Bahn fahren.

Deshalb ist es von entscheidender Bedeutung, Untertitel in Videos mit Dialogen einzufügen und sich nicht allein auf die automatischen Untertitelungstools von Social-Media-Plattformen zu verlassen.

Dies ist besonders wichtig, da die automatischen Untertitel in der Regel schwer lesbar sind, was die Videos für Gehörlose und Schwerhörige unzugänglich macht. In Anbetracht der Tatsache, dass weltweit mehr als 1,5 Milliarden Menschen mindestens auf einem Ohr von Hörverlust betroffen sind, gibt es keinen Grund, warum nicht alle Marken und Inhaltsproduzenten bestrebt sein sollten, ihre Videos so zugänglich wie möglich zu gestalten.

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

THEMEN UND TRENDS FINDEN

Ein häufiges Versäumnis vieler kleiner Kanäle besteht darin, beeindruckende Videos mit herausragender Bearbeitung zu produzieren, doch das Dilemma liegt darin, dass das Publikum möglicherweise einfach nicht für das behandelte Thema begeistert ist. Um diesem Problem zu begegnen, bietet sich die Nutzung von Google Trends an, um die Strömung populären Interesses aufzugreifen:

1. Besuchen Sie den Abschnitt "Entdecken" auf Google Trends.
2. Wählen Sie YouTube im Dropdown-Menü aus, um die aktuellen Trends und Suchbegriffe zu erfassen.
3. Geben Sie Ihren Nischenbereich oder die zentralen Themen Ihres Contents ein.

Und Siehe da! Sie haben nun die aktuellsten Themen auf YouTube im Blick. Nehmen Sie Ihr Smartphone zur Hand, richten Sie die Kamera auf sich und gestalten Sie Inhalte, die den gegenwärtigen Trend widerspiegeln, um auf dieser Welle mitzuschwimmen. Dennoch ist es entscheidend, stets Ihre Zielgruppe im Fokus zu behalten! Wenn ein Trend

nicht optimal zu Ihrer Nische passt, überlegen Sie zweimal, bevor Sie darauf setzen.

Weitere Tipps für die Recherche und das testen von Themen und Kurzvideoideen:

Reddit durchstöbern

Twitter (X) – Hervorragend um Skripte und Ideen zu testen

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

WATCH-TIME MATTERS

Innerhalb der Analyse-Sektion des YouTube Studios liegt der Schlüssel zur Optimierung von YouTube Shorts. Das Hauptziel besteht darin, dass Zuschauer nicht nur die gesamte Länge Ihres YouTube-Videos anschauen, sondern darüber hinaus verweilen – idealerweise mehr als die ursprüngliche Video-Dauer. Ein ambitioniertes Ziel könnte es sein, eine Betrachtungsdauer von über 100 % zu erreichen.

Ein bewährter Ansatz, dieses Ziel zu verfolgen, besteht darin, Ihr Video geschickt zu konzipieren. Dies könnte durch das Einbringen einer fesselnden Frage zu Beginn geschehen, deren Antwort bis zu den letzten Sekunden des Videos aufgeschoben wird. Dabei geht es nicht um das Erwecken falscher Erwartungen, sondern um die geschickte Lenkung der Zuschauer durch kreative Erzähltechniken zur Lösung am Ende.

Einige kreative Content-Ersteller verbinden geschickt das Ende ihres aktuellen Videos mit dem Anfang des nächsten. Diese nahtlose Verknüpfung ermutigt Zuschauer dazu, das Video erneut anzusehen, anstatt nach einmaligem Ansehen weiterzuscrollen.

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

IMMER WIEDER ANDERS

Integrieren Sie die "5-Sekunden-Regel der Veränderung", um Ihre Kurzvideos dynamischer zu gestalten. Setzen Sie alle 5 Sekunden gezielt visuelle Veränderungen ein, von verschiedenen Kameraeinstellungen über einprägsame Bildschirmtexte bis hin zu dynamischen Videobearbeitungen. Ziel ist es, sicherzustellen, dass diese Anpassungen das Publikum ansprechen und es motivieren, bis zum Schluss am Ball zu bleiben.

Erweitern Sie die visuelle Vielfalt durch geschickten Einsatz von Zoomtechniken. Variieren Sie den Zoom, um die Aufmerksamkeit zu lenken, Perspektiven zu wechseln und die visuelle Dynamik zu erhöhen. Dies verstärkt nicht nur die visuelle Ästhetik, sondern hält das Publikum von Anfang bis Ende eingebunden.

Pepen Sie Ihre Kurzvideos weiter auf, indem Sie multimediale Elemente wie zusätzliche Videos, Screenshots oder Bilder einfügen. Diese visuellen Ergänzungen verleihen Ihrer Geschichte einen Schub und machen das Video noch interessanter.

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

TRENDING SONGS

Sind Sie sich bewusst, wie die Verwendung populärer Musik auf TikTok dazu beitragen kann, Ihre Aufrufe zu steigern? Gleiches Prinzip gilt auch für YouTube und Meta! Navigieren Sie einfach zum Tab "Trending" und wählen Sie "Musik" aus. Hier finden Sie sämtliche aktuellen Trend-Songs und Musikvideos.

Werfen Sie einen Blick auf die Beschreibungen der Musikvideos, die Ihnen zusagen. Scrollen Sie nach unten, und Sie werden Shorts entdecken, die das jeweilige Video remixen. Um diese Musik in Ihren Shorts zu integrieren, finden Sie das Musikvideo auf Ihrem Smartphone, tippen Sie auf die Remix-Schaltfläche und wählen Sie den Ton aus. Folgen Sie den Schritten, und voilà, diese Musik wird nun zu Ihrem Hintergrundbeat, der dazu beiträgt, mehr Aufrufe für Ihre Inhalte zu generieren!

Der Einsatz von trendiger Musik kann nicht nur Ihre Shorts klanglich aufwerten, Emotionen verstärken oder unterstützen, sondern auch dazu beitragen, Ihre Inhalte für ein breiteres Publikum ansprechender zu gestalten, da die Plattformen diese natürlich pushen. Nutzen Sie diese Gelegenheit, um Ihre Videos mit aktuellen Trends zu verbinden und somit mit dem richtigen Soundtrack, die Attraktivität Ihrer Inhalte zu steigern.

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

KOMMENTARE BEANTWORTEN

Beantworten Sie jeden einzelnen Kommentar, den Sie erhalten. Diese Strategie birgt einen doppelten Vorteil. Erstens fügt jede Ihrer Antworten einen zusätzlichen Kommentar zu Ihrem Kurzvideo hinzu. Angenommen, Sie erhalten 20 Kommentare und antworten auf jeden, dann haben Sie bereits 40 Kommentare generiert – ein Anstieg der Interaktion, und das ist fantastisch. Dies trägt nicht nur zu einer lebhafteren Diskussion bei, sondern verleiht Ihrem Short auch eine dynamische Präsenz.

Zweitens kehren manche Zuschauer nach Ihrer Antwort zurück und fügen weitere Kommentare hinzu. Es entwickelt sich sozusagen eine Kommentar-Party, die Ihre Shorts kontinuierlich in den Fokus rückt und das Engagement steigert. Dieser organische Austausch trägt nicht nur dazu bei, die Sichtbarkeit Ihrer Kurzvideos zu verbessern, sondern schafft auch eine einladende Community-Atmosphäre. Nutzen Sie also jede Gelegenheit, um aktiv mit Ihren Zuschauern zu interagieren, um die positive Kommentardynamik weiter zu stärken.

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

TRAFFIC LENKEN

Lassen Sie uns klarstellen: Die meisten Content-Ersteller nutzen Kurzvideos nicht, um ausschließlich Creator zu werden, sondern vielmehr, um Traffic auf ihre anderen Arten von Inhalten zu lenken. Nutzen Sie Shorts, um Zuschauer zu Ihren umfassenderen Inhalten zu leiten. Stellen Sie sicher, dass es eine Art Verbindung zwischen Ihrem Kurzvideo und dem anderen Inhalt gibt, um bessere Ergebnisse zu erzielen.

Durch geschickte Nutzung von gepinnten Kommentaren können Sie die Aufmerksamkeit der Zuschauer gezielt auf Ihre längerformatigen Videos lenken, um so eine höhere Effektivität in Ihrer Content-Strategie zu erreichen.

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

POSTEN, TESTEN, WIEDERHOLEN

Es wäre erfreulich zu hören, dass deine Kurzvideos von Anfang an eine virale Verbreitung erfahren, doch dies geschieht nur selten. Der Schlüssel zum Erfolg liegt stets in der Kontinuität. Solltest du nicht in der Lage sein, täglich drei Kurzvideos zu veröffentlichen, ist das durchaus akzeptabel. Reduziere die Frequenz, bleib jedoch experimentierfreudig!

Erweitere deinen Horizont durch das Ausprobieren verschiedener Themen und Formate. Experimentiere mit unterschiedlichen Einstiegen und kreativen Überschriften. Variiere die Bearbeitung deiner Shorts auf vielfältige Weise und halte dabei stets den Finger am Puls der Analytics. Beobachte, welche Shorts besser abschneiden, und analysiere, an welchen Stellen die Zuschauer das Interesse verlieren. Erfolg entsteht aus der Kombination von Ausdauer, Vielfalt und einer kontinuierlichen Experimentierfreude.

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

LICHT, TON, ACTION

Die Qualität deiner Inhalte reflektiert dein Engagement für deine Marke. Diese Authentizität spricht die Benutzer an und verleiht deiner Marke in ihren Augen eine menschlichere und zugänglichere Note.

Hochwertige und sorgfältig produzierte Inhalte zeigen, dass du nicht bloß Inhalte erstellst, um herauszufinden, wie man viral geht, sondern dass du dies mit einer echten Leidenschaft für das, was du tust, machst.

Lass uns dir dabei helfen, die Qualität deiner Videoinhalte zu steigern:

Stabilisiere deine Aufnahmen: Denke darüber nach, einen Stabilisator oder Gimbal zu verwenden, um Erschütterungen und Zittern zu minimieren und so eine geschmeidigere Videoaufnahme zu erreichen.

Audioqualität ist entscheidend: Klarer und präziser Ton ist genauso wichtig wie visuelle Elemente. Verwende bei Möglichkeit ein externes Mikrofon und reduziere Hintergrundgeräusche.

Fließende Übergänge: Übergänge tragen dazu bei, einen harmonischen Ablauf aufrechtzuerhalten.

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

SEI ECHT UND KEINE WERBUNG

Überall sieht man Hautpflegeroutinen von wunderschönen Frauen mit makelloser Haut, die Seren und Cremes verwenden. Doch was ist mit den Frauen, die Akne oder andere Hautprobleme haben und genauso faszinierend sind wie die anderen?

Hier liegt eine Chance für dich, eine spezielle Nische zu entdecken. Zeige authentische, reale Momente. Das Publikum schätzt echten Content, der die Höhen und Tiefen des täglichen Lebens widerspiegelt.

Nutze gemeinsame menschliche Erfahrungen, die bei verschiedenen Zielgruppen Anklang finden. Ob es um alltägliche Herausforderungen, Emotionen oder Situationen geht – Inhalte zu schaffen, die auf universellen Themen basieren, macht sie für ein breiteres Publikum nachvollziehbar.

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

BUSINESS INHALTE

Ganz gleich, ob Sie einen Business-Podcast, ein Webinar oder eine Podiumsdiskussion durchführen, hebt sich Ihr Inhalt von vielen "trendigen und populären" Videos auf YouTube ab.

Falls Sie Bedenken haben, dass Kurzvideos nicht für Ihr Unternehmen geeignet sind, sich fragen, ob Ihre Videos zu wenig fesselnd für die Wiederverwendung sind (weil die Leute nur Mr. Beast sehen wollen) oder besorgt sind, dass Ihre Videos in den sozialen Medien nicht erfolgreich sein könnten, erweisen sich diese Annahmen oft als falsch.

Es ist ratsam, sich auf die Veröffentlichung von kurzen, jedoch wertvollen Inhalten für Ihr Unternehmen zu fokussieren:

- Fragen und Antworten aus Interviews, Webinaren und Podiumsdiskussionen
- Ausschnitte zu relevanten Themen und Schlüsselwörtern
- Tipps, Tricks und Geschichten, die bei Ihrem Publikum Anklang finden
- Erinnerungswürdige Momente als Gastgeber, Moderator oder Teilnehmer, die Freude und Überraschung ausgelöst haben.

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

KURZVIDEO STRUKTUR

Gestalte deine Kurzvideos mithilfe von drei entscheidenden Elementen: dem Hook, dem Wertversprechen und dem Höhepunkt.

Die Hook, die üblicherweise 1-4 Sekunden dauert, vermittelt den Zuschauern, warum es sich lohnt, das Video anzusehen. Nachfolgend ist es essenziell, einen klaren Mehrwert zu bieten und zu beweisen, dass es wirklich lohnenswert ist, das gesamte Video anzuschauen.

Die Performance eines Videos wird anhand der Dauer gemessen, die ein Zuschauer bereit ist, zuzusehen. Längere Inhalte können enorme Erfolge erzielen, jedoch nur dann, wenn die Zuschauer bis zum Ende dabei bleiben. Ein 20-sekündiger Clip gibt nicht so viele Aufschlüsse über die Treue des Publikums, aber es besteht weniger Druck, jede Sekunde ansprechend zu gestalten.

Unabhängig von der Länge des Videos müssen der Hook, das Wertversprechen und der Höhepunkt effektiv genug sein, um den Zuschauer bis zum Schluss zu fesseln.

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)