

Roman Simschek Sahar Kia

# **Erklärvideos - einfach erfolgreich**

UVK Verlagsgesellschaft mbH • Konstanz  
mit UVK/Lucius • München

# Inhalt

Vorwort .....	5
<b>1 Erklärvideos: Ein Megatrend? .....</b>	<b>15</b>
1.1 Seit wann gibt es Erklärvideos? .....	17
1.2 Warum Erklärvideos so erfolgreich sind? .....	18
1.3 Komplexitätsreduktion als Erfolgsfaktor .....	19
1.4 Erklärvideos vs. Verkaufsvideos .....	20
<b>2 Was sind Erklärvideos? .....</b>	<b>21</b>
2.1 Definition von Erklärvideos .....	23
2.2 Abgrenzung Erklärvideo zu How-to-Video .....	23
2.3 Stile von Erklärvideos .....	24
2.3.1 Marker-Stil .....	25
2.3.2 Legetechnik .....	25
2.3.3 Comic-Stil .....	26
2.3.4 Corporate Identity – individueller Stil .....	27
2.3.5 Icon- und Infografik-Stil .....	28
2.3.6 Motion Design .....	28
2.4 Psychologie von Erklärvideos .....	29
2.5 Flow zur Erstellung von Erklärvideos .....	30
2.5.1 Wesentliche Prozessschritte .....	30
2.5.2 Dauer der Erstellung eines Erklärvideos .....	30
2.5.3 Projekt Erklärvideo .....	31
2.5.4 Rollen in einem Erklärvideoprojekt .....	33
<b>3 Einsatzbereiche .....</b>	<b>35</b>
3.1 Produkte erklären und verkaufen .....	37
3.2 Dienstleistungen erklären und verkaufen .....	37
3.3 Unternehmensvorstellung .....	37

3.4	Interne Kommunikation .....	38
3.5	Die Zukunft: Schulung und E-Learning .....	38
<b>4</b>	<b>Konzeption .....</b>	<b>41</b>
4.1	Briefinggespräch .....	43
4.2	Storytelling .....	43
4.2.1	Spannungsbogen von Erklärvideos .....	43
4.2.2	Heldenreise .....	45
4.2.3	Verwendung und Aufbau von Metaphern .....	46
4.3	Storyboard – Das Drehbuch für Erklärvideos .....	48
4.3.1	Kernelemente eines Storyboards .....	48
4.3.2	Kein Video ohne Storyboard .....	48
4.3.3	Checkliste zur Erstellung eines Storyboards .....	49
4.4	Multisensorik .....	50
4.4.1	Das Konzept der Multisensorik .....	50
4.4.2	Unterschiedliche Wahrnehmungstypen .....	51
4.4.3	Prozessworte zur Ansprache der Sinneskanäle .....	52
4.4.4	Feuerwerk der Submodalitäten .....	54
4.4.5	Checkliste zur erfolgreichen Anwendung der Multisensorik .....	57
4.5	Optimale Aufmerksamkeitsspanne .....	57
4.6	Gestaltungselemente von Erklärvideos .....	60
4.6.1	Sprechertext .....	60
4.6.2	Grafische Elemente .....	61
4.6.3	Typographie .....	62
4.6.4	Icons .....	64
4.6.5	Charaktere .....	64
4.6.6	Livefilme und gefilmte Szenen .....	65
4.6.7	Realbilder .....	66
4.6.8	Interviews .....	67
4.6.9	3D-Elemente .....	68
4.6.10	Screenshots .....	69

4.6.11	Musik .....	70
4.6.12	Sounddesign.....	70
4.6.13	Sprecher.....	71
4.7	Checkliste für die erfolgreiche Konzeption.....	73
<b>5</b>	<b>Produktion.....</b>	<b>75</b>
5.1	Kaufen oder selbst machen?.....	77
5.2	Grafische Umsetzung.....	78
5.2.1	Ein Thema eine Grafik.....	78
5.2.2	Weniger ist mehr .....	79
5.2.3	Farben selektiv einsetzen .....	79
5.2.4	Animationen bewusst einsetzen .....	80
5.2.5	Wie Grafiken wirken.....	80
5.3	Sprecherauswahl.....	81
5.3.1	Wie finde ich den richtigen Sprecher? .....	81
5.3.2	Briefing des Sprechers .....	81
5.3.3	Plattformen zum Booking von Sprechern.....	82
5.3.4	Den Text selbst einsprechen .....	83
5.4	Sprachvarianten .....	84
5.5	Untertitel .....	86
5.6	Musikauswahl.....	86
5.7	Welches Tool ist das Beste?.....	88
5.8	Ausgabeformate.....	88
5.9	Checkliste für die erfolgreiche Produktion.....	90
<b>6</b>	<b>Vermarktung.....</b>	<b>91</b>
6.1	Einsatzbereiche Marketing Erklärvideos .....	93
6.2	Marketingstrategien.....	94
6.2.1	Homepage.....	94
6.2.2	Landingpages .....	94
6.2.3	Virales Marketing .....	95

6.2.4	Social Marketing.....	95
6.2.5	Content Marketing.....	95
6.2.6	Marketing auf Videoplattformen.....	96
6.2.7	Steigerung der Konversion .....	98
6.3	Alternativen zu YouTube.....	99
6.4	Google Adwords .....	100
6.5	Checkliste für die erfolgreiche Vermarktung.....	101
<b>7</b>	<b>Markt für Erklärvideos .....</b>	<b>103</b>
7.1	Wie groß ist der Gesamtmarkt?.....	105
7.2	Preise für Erklärvideos .....	106
7.2.1	Einflussfaktoren für den Preis.....	106
7.2.2	Preisspanne von Erklärvideos .....	107
7.2.3	Festpreise sind üblich .....	107
7.2.4	Erklärvideos mieten.....	108
7.2.5	Billigvideos aus Fernost.....	108
7.3	Wie setzt sich der Preis zusammen? .....	109
7.4	Welche Anbietertypen gibt es? .....	111
7.4.1	Etablierte Erklärvideoanbieter .....	112
7.4.2	Werbeagenturen .....	113
7.4.3	Freelancer.....	113
7.4.4	Filmproduktionsfirmen .....	114
7.5	Welche Erklärvideoanbieter gibt es in Deutschland?.....	114
7.6	Wie wählt man den richtigen Anbieter aus? .....	118
7.6.1	Es gibt viele Anbieter .....	118
7.6.2	Welche Auswahlkriterien sind angemessen .....	118
7.6.3	Auf was Sie achten sollten .....	119
7.7	Checkliste zur Auswahl des optimalen Anbieters.....	119
<b>8</b>	<b>Software und Tools .....</b>	<b>121</b>
8.1	Welche Software gibt es?.....	123

8.2	Web-basierte Tools .....	124
8.3	Desktop-basierte Tools .....	126
<b>9</b>	<b>Golden 8: Acht Erfolgsregeln für den Erfolg</b> .....	<b>129</b>
9.1	One-Rule: One Topic, One Client, One Message, One Impuls.....	132
9.2	Weniger ist mehr .....	132
9.3	Zielgruppe genau definieren .....	133
9.4	Nie ohne Impuls: Call-to-Action .....	134
9.5	Auf die Länge kommt es an: die Zwei-Minuten-Regel .....	134
9.6	Kundenperspektive: immer aus Kundensicht denken .....	135
9.7	Speed, Speed, Speed and more Speed .....	135
9.8	Let the music play: Audio-Hypnose .....	135
9.9	Checkliste zur Anwendung der Golden 8.....	137
	<b>Index</b> .....	<b>139</b>