

Wie erstellt man einen Video-Pitch?

Einige Ratschläge, damit du deinen Video-Pitch überlebst
und dich davon überzeugst, dass deine Idee *außergewöhnlich*
ist.

Inhalt

Einleitung	3
Was ist ein Pitch?	4
Arbeitsschritte zur Erstellung eines Video Pitches	5
1. Problemanalyse	5
Der Pitch und das Storytelling	6
Beispiele von Video-Pitches	7
2. Ein Storyboard entwerfen und erstellen	8
Den kulturellen Hintergrund analysieren	10
Schreib dein Skript	12
Funktioniert das Storyboard?	13
Proben, proben, proben!	14
3. Das Drehen organisieren	15
Licht, Kamera, Action... oder so ähnlich!	15
Kamera... ..	15
... Action!	15
Das Drehmaterial zusammenstellen	17
Der Schnitt oder das Editing beginnt	17
Allgemeine Bemerkungen zum Schnitt	19
Einige Beispiele	20
Fehler zu vermeiden	21

Einleitung

Ein kurzes Handbuch, um ein Unternehmensprojekt vorstellen zu können, bei dessen Umsetzung und Entwicklung Finanzierung und Betreuung notwendig sind. Die Suche nach Partnern und Geldgebern stellt oft eine heikle und schwer zu kommunizierende Phase dar.

Um diese Phase bestens zu bewältigen und alles zu unternehmen, ist es interessant und nützlich, die Möglichkeit in Betracht zu ziehen, eine Vorstellung und einen oder mehrere Video-Pitches zu erstellen, die das Projekt und seine Eigenschaften auf einer umfassenden und gleichzeitig einprägsamen Weise beschreiben.

Das Ziel dieser kurzen Einleitung zur Videopitch-Erstellung liegt darin, eine Reihe von Ratschlägen über die Erarbeitung der Vorstellung und über die Schritte zu geben, auf die man bei der Videoerstellung technisch achten soll.

Online sind hunderte von Beispielen und Erfahrungen zu finden, die inspirieren und zum Nachdenken anregen, aber damit deine Kommunikation deine potentiellen Partner anspricht, kannst nur du die Geheimzutat finden, die das Projekt einzigartig macht.

Viel Erfolg bei der Arbeit!

Was ist ein Pitch?

Möglicherweise wissen nicht alle, dass das Verb „to pitch“ in den Vereinigten Staaten „werfen“ (im Baseball) bedeutet: der Pitcher ist der Spieler, der den Ball wirft und daher sagt man auch **“to pitch an idea”**. Es gibt auch das entsprechende Substantiv und daher kann der Pitch ein Vorschlag, eine Idee sein.



In Großbritannien ist der Pitch dagegen der Sportplatz. Ein Pitch kann dein “Gebiet”, deine “Stelle” sein. Zum Beispiel ein Busker (Straßenmusikant) in London hat einen Pitch (einen Platz auf der Straße oder in der Straßenbahn), den die anderen als “seinen” Platz ansehen.

"Pitch" ist eine Abkürzung von "**Sales Pitch**".

Ein Pitch ist eine kurze Rede, die jemanden überzeugen soll, etwas zu kaufen oder anzunehmen.

Ein Pitch wird in den verschiedenen Phasen der Filmproduktion verwendet, um Produzenten zu suchen, die einen Film finanzieren. Im allgemeinen ist der Pitch eine Vorstellung, die jemanden überzeugen soll, etwas (ein Produkt oder eine Dienstleistung) zu kaufen oder anzunehmen.

Arbeitsschritte zur Erstellung eines Video Pitches.

Die Planung eines Pitches und die darauffolgende Videoerstellung können in drei Arbeitsschritte aufgeteilt werden, die wie folgt genannt werden können:

1. Problemanalyse
2. Das Storyboard entwerfen
3. Kurze Videos erstellen: das Drehen und der Schnitt

1. Problemanalyse

Die Leute, denen du dein Projekt (App, Start-Up, Unternehmen, Social Impact, usw.) vorstellst, kennen sehr wahrscheinlich das Thema nicht und haben auch nicht die notwendige Zeit, um alle Einzelheiten über deine Idee zu hören.

Um ihre Aufmerksamkeit zu bekommen, ist es notwendig, eine kurze und wirksame Vorstellung vorzubereiten, die dem Ansprechpartner erlaubt zu bewerten, ob er/sie Geld in dein Projekt investieren möchte.

Um einen wirksamen Video-Pitch zu erstellen, ist es notwendig, **das Problem zu analysieren** und die zu beschreibenden Hauptpunkte festzusetzen.

“Ein klar und sachlich dargestelltes Problem ist schon halb gelöst.”

Charles Kettering, Erfinder, Ingenieur und Unternehmer, der 1917 zum Präsidenten und Generalleiter der **General Motors Research Corporation** ernannt wurde, meinte.

Wenn man mit der Analyse beginnt, ist es notwendig, sich vier wichtige Fragen zu stellen:

Was ist das Problem?

Was das Design angeht, bedeutet das auch: **was ist das Bedürfnis?**

Wer beeinflusst das Problem und wie?

Das ist wichtig, weil die Leute, die vom Problem betroffen sind, die Nutzer deines Projekts sein werden.

Warum ist es wichtig, eine Lösung zu finden?

Warum ist dieses Problem relevant und hast du einige Beispiele, um deinen Standpunkt zu erläutern?
Welche Problemlösung hast du entwickelt?

Was ist die Lösung?

Diese Frage braucht in diesem Moment keine lange Antwort. Sie soll nur lang genug sein, um grob zu verstehen, wie das Problem angegangen werden wird.

Die Problemanalyse sollte nicht länger als ein Paragraph sein und sollte die 5W + H umfassen: **who/wer, what/was, when/wann, where/wo, why/warum** und **how/wie**. Wenn du auf die 5 W-Fragen antwortest, dann stellst du die notwendigen Informationen bereit, um die Leute zu überzeugen, dass das Projekt erfolgreich sein wird.

Der Pitch und das Storytelling

Die Leute sind mehr an einer **Geschichte** als an einer **einfachen Erklärung mit Ziffern und Zahlen** interessiert. Manchmal ist ein Skript notwendig, um seinen Gesichtspunkt zu erklären.

Storytelling ist eine Möglichkeit gezielte Botschaften zu entwerfen, mit dem Ziel Empathie zu schaffen.

“Geschichte” ist ein altes und sehr mächtiges Kommunikationsmittel, das darauf beruht, Emotionen zu wecken, aber gleichzeitig technische Informationen auf einer eleganten Weise zur Verfügung zu stellen.

Eine hinreichende Erklärung darüber, wie man eine Idee durch Storytelling in eine Erzählung fasst, findest du unter folgendem Link:

https://www.youtube.com/watch?time_continue=26&v=SshgIHDKQCc

Beispiele von Video-Pitches

Bevor man zur Phase des Storyboards übergeht, ist es nützlich, einige Beispiele von Video-Pitches zu sehen, um zu bewerten, wie die Inhalte organisiert sind, welche stilistische Entscheidungen getroffen worden sind und vor allem, ob die Botschaft alle notwendigen Elemente umfasst, um die Aufmerksamkeit des Publikums zu erregen.

Während man sich die angegebenen Beispiele ansieht, soll man auf die folgenden Punkte achten, um die Zusammensetzung des Videos und seiner Botschaft so objektiv wie möglich zu bewerten.

- Was kennzeichnet den Pitch?
- Werden Bilder verwendet? Sind diese gut verwendet?
- Ist die Botschaft stark? Ist sie klar?
- Wird das Team gut präsentiert?
- Ist es klar, warum das Projekt das Problem löst?
- Gewinnt das Team das Vertrauen? Wie?
- Das Team lässt dich glauben, dass seine Tätigkeit laut dem Video erfolgreich sein wird?
- Ist das Video einfach zu verstehen und ist es klar organisiert? Warum?

<https://www.youtube.com/watch?v=Vnvx6GTStd8>

60 seconds LIVE BERLIN - "Beispiel LIVE"

<https://www.youtube.com/watch?v=4UPyNB354e0>

TEAM - nightingale - App porte

https://www.youtube.com/watch?time_continue=9&v=Qmg1PBICJ64

60 seconds TRAVEL - "TECNICA"

https://www.youtube.com/watch?v=oVFd_KPGg0w

GIRL FOR CHANGE - storytelling

https://www.youtube.com/watch?time_continue=11&v=x04BdQIc4ZY

MUSIC Tech STARTUP - "CUSTOM"

<https://www.youtube.com/watch?v=Z-a6DAgTaTo>

E-COMMERCE - MILKMAN - "RITMO"

https://www.youtube.com/watch?v=buB_04gmqj8

PLASTICA CORDOBA

<https://www.youtube.com/watch?v=F0aGEKIF8aA>

2. Ein Storyboard entwerfen und erstellen

Storyboard heißt wortwörtlich "Tisch (*board*) der Geschichte (*story*, als Erzählung zu verstehen)" und wird normalerweise verwendet, um sich auf die graphische Darstellung zu beziehen, in Form von in chronologischer Reihenfolge aufgemalten Sequenzen, von **Aufnahmen** eines **Cartoons** oder eines Films, gedreht oder **animiert**. Auf **Deutsch** kann das also als "aufgemaltes Skript", oder als "Visualisierung einer Regieidee" übersetzt werden.

Vgl. <https://it.wikipedia.org/wiki/Storyboard>

Nachdem man die Vorstellung für den Pitch erstellt hat, besteht der nächste Schritt darin, die Inhalte in einer Folge von Szenen zu organisieren, die das Ergebnis des Videos darstellen, so dass du bei der Videoerstellung genau wissen wirst, welche Aktionen und in welcher Reihe diese durchzuführen sind. Dadurch verlierst du während der Aufnahmen keine Zeit.

Ein **Storyboard** trägt dazu bei, eine aufregende Geschichte zu erzählen.

Dies wird dir helfen, deine Gedanken zu organisieren und deinen Video-Pitch zu erstellen.

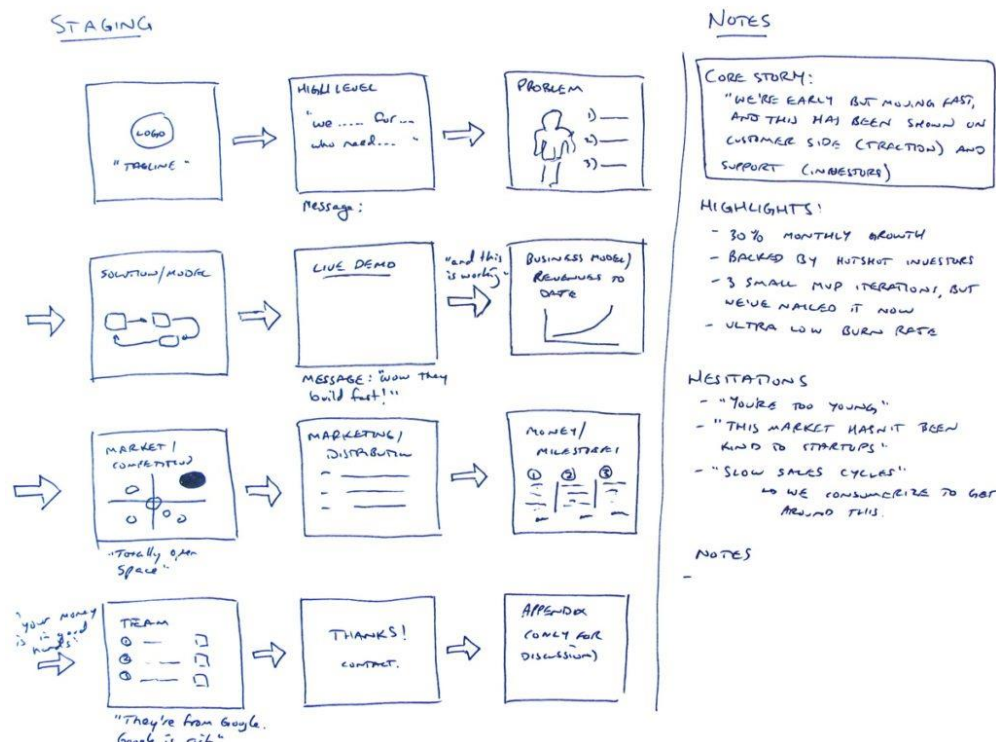


Bild 1 Beispiel eines Storyboards

Verwende eine Tafel oder ein großes Papierblatt. (Google drawings). Oder verwende eine App zur Erstellung eines Storyboards.

In dieser Brainstorming-Phase teile deine Ideen in folgende Kategorien auf:

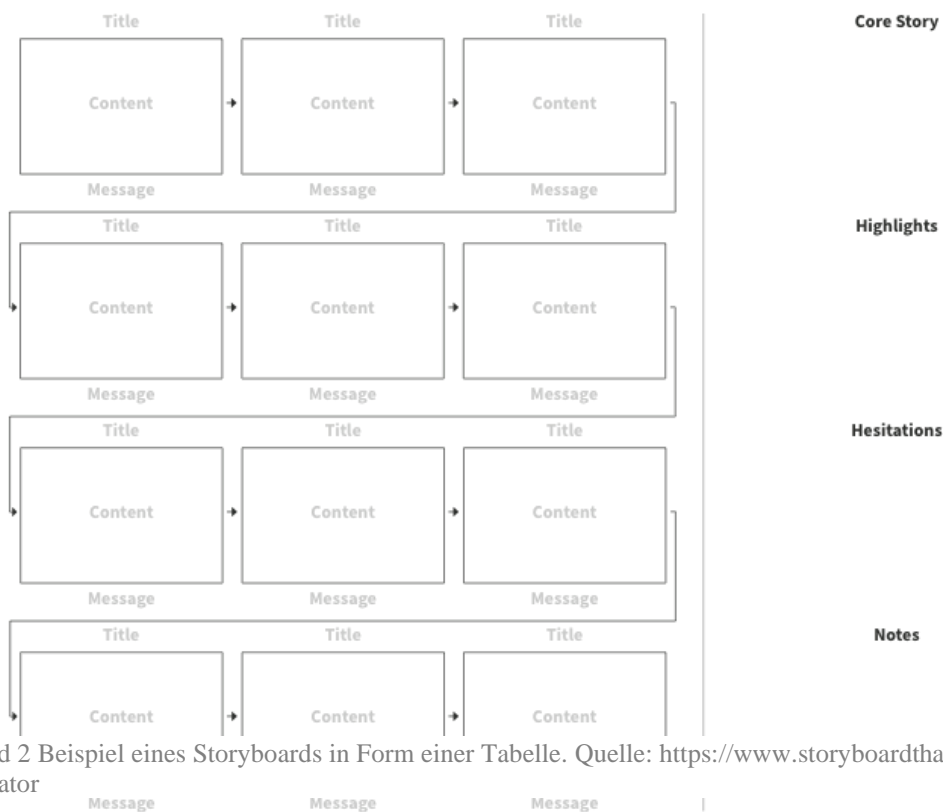


Bild 2 Beispiel eines Storyboards in Form einer Tabelle. Quelle: <https://www.storyboardthat.com/storyboard-creator>

Idee oder Konzept Überblick über die Geschichte, die du erzählen willst. Diese sollte in einen kurzen Satz oder max. in zwei Sätzen zusammengefasst werden.

Stärken

3-5 Stärken deiner Tätigkeit, so kannst du die Hauptfunktionen zeigen und wie diese das Problem lösen.

Mögliche Schwächen und wie man damit umgeht

3-5 Punkte, um die sich die Investoren Sorgen machen könnten, wenn sie in dein Projekt investieren würden und gleichzeitig, warum das Projekt die beste Lösung ist.

Liste alle deine Gedanken auf, auch diejenigen, die anscheinend nicht so passend sind. Je mehr Elemente dir zur Verfügung stehen, desto mehr kannst du improvisieren.

Erarbeite eine Tabelle, wo du etwas Raum in jeder Zelle lässt, um alle deine Gedanken zusammenzufassen. In dieser Phase kannst du die erarbeitete Vorstellung als Grundlage nehmen und die Dias neu organisieren, um den Fluss deiner Geschichte zu verbessern!

Den kulturellen Hintergrund analysieren

Dein Projekt wendet sich an Leute, die im Ausland leben, es ist also äußerst notwendig, zu erinnern, dass es zahlreiche Umwelt- und kulturelle Faktoren gibt, die die Kommunikation beeinflussen. Daher gibt es ein paar Aspekte, die du vor der Videoerstellung berücksichtigen solltest.

Die Kommunikation besteht aus Codes und ohne ein angepasstes System zur Kodierung und Dekodierung der Botschaft wären wir nicht in der Lage, uns zu verstehen. Das ist zwischen verschiedenen Kulturen umso schwieriger.

Die **Aspekte der lokalen Kultur beeinflussen die Wahrnehmung der Botschaft**. Im allgemeinen sind Entscheidungen zu vermeiden, die mit **ironischen, satirischen, träumerischen und sexuellen Themen verbunden sind**, weil diese in verschiedenen Ländern anders wahrgenommen werden. Eine Botschaft, die unserer Meinung nach für unsere Kultur klar ist, könnte daher in anderen Zusammenhängen anders angenommen werden.

Die **kulturellen Variablen** haben einen großen Einfluss auf alle Vorbereitungsschritte einer Vorstellung für ein Projekt mit internationaler Ausrichtung.



Zum Beispiel, die **Sprachenvielfalt** und die **Redewendungen**, die eine lokale Sprache kennzeichnen, sind schwierig zu übersetzen und ihre Bedeutung ist schwer verständlich für diejenigen, die nicht zur selben Kultur gehören. In Indien allein gibt es zweiundzwanzig offizielle Sprachen und 2000 Dialekte.

Visuelle **Elemente**, wie Nacktheit oder Sexualität kommen im Westen ziemlich häufig vor und sind in den arabischen Ländern unbedingt verboten.

Die Wahl der Figuren, das Alter, das Geschlecht, das Aussehen, die Kleidung, das Benehmen und der Zusammenhang, in dem sie agieren, sind sorgfältig zu prüfen ggfs. durch die Analyse der lokalen Kommunikation des Empfängers oder indem man darauf verzichtet, Menschen darzustellen.

Die Farben sind eng mit Emotionen verbunden: “ich bin wütend (schwarz auf Italienisch)” oder “ich sehe rot” aus Wut, “ich bin grün” aus Eifersucht oder die Trauer (in den westlichen Ländern ist die Farbe der Trauer Schwarz, in den östlichen Weiß), die Farbe Grün kommt in den arabischen Ländern sehr häufig vor, wo diese eine positive Bedeutung hat, während Schwarz und Rot eine negative Bedeutung in den afrikanischen Ländern haben.

Die Symbole haben verschiedene Bedeutungen in den verschiedenen Kulturen (zum Beispiel lange Haare, Blue Jeans, Ohringe für Männer, Tiere).

Zum **Entwerfen einer Kommunikation mit internationalem Ziel** ist es besser, Freunde oder lokale Berater zu fragen, die als erste Tester der Kampagne und ihrer Bedeutung dienen. In diesem Zusammenhang lohnt es sich nicht zu improvisieren. Die Improvisation hat oft zu großen Verlusten geführt, die schwer aufzuholen sind.

Im allgemeinen stellen in der ganzen Welt erkennbare und akzeptable Elemente eine Strategie dar, die heikelsten Aspekte der verschiedenen Kulturen zu „überwinden“.

Ein Beispiel einer internationalen Erzählung: Volvo - Made By People

Schreib dein Skript

Du kannst das Storyboard als Grundlage verwenden und kannst beginnen, den Text zu schreiben, den du verwenden wirst. Das Storytelling endet erst, wenn das Video exportiert wird: je tiefer man in eine "Geschichte" eintaucht, desto mehr entwickelt sich das Skript.

Das Skript besteht normalerweise aus drei Hauptteilen:

Ein Aufmerksamkeit erregender Beginn: Du suchst etwas, das deine Aufmerksamkeit erregt. Gibt es eine Geschichte, die du erzählen kannst und die das Problem zeigt, für das du eine Lösung durch dein Projekt anbieten willst? Welche Leidenschaft zur Lösung des Problems steckt im gesamten Team?

Problem und Lösung: Stelle das Problem und die Lösung vor. Du sollst nicht nur erzählen sondern Informationen zum Problem und zur Lösung geben, so dass diese überzeugend ist. Beschreibe die sozialen Auswirkungen, die du erwartest.

Call to Action: Hast du ein aufregendes Projekt vorgestellt, für das du hart gearbeitet hast? Sag, was du für die Zukunft vor hast und fordere deinen Ansprechpartner / dein Publikum am Ende des Videos auf, etwas zu tun, sei es in deine Tätigkeit zu investieren oder sich dem Team anzuschließen.

Funktioniert das Storyboard?

Sobald du einen Entwurf deines Skripts hast, sollst du diesen korrigieren und verbessern. Wenn du einen Mentor oder jemanden hast, der dir helfen kann, die Arbeit zu revidieren, teile den Text mit ihm/ihr, um zu verstehen, wie andere Empfehlungen integriert werden können, damit sicher ist, dass die Botschaft von der Mehrzahl der Menschen verstanden wird.

Lass alles aus, was nicht notwendig ist und lass der Kreativität freien Lauf!

Das Endziel ist ein Video. Die im Storyboard beschriebenen Szenen sollen miteinander verbunden sein und die Verbindungen zwischen denselben sind daher äußerst wichtig. Dein Video kann Multimedia-Elemente, Szenen, Vorführungen, Grafiken oder auch Interviews enthalten.

Prüfe alle Dias des Storyboards und stelle sicher, dass diese einfach zu verstehen sind.

Du sollst selbstkritisch sein: Lösche alles, was für die Botschaft deiner Geschichte nicht nützlich ist.

Achte auf folgende Fragen in dieser Phase:

- Macht es Sinn?
- Ist die Erzählung fließend?
- Erreicht die Hauptbotschaft das Publikum?
- Sind die Stärken und Schwächen in einer eleganten Weise dargestellt?
- Tragen alle Multimedia-Elemente dazu bei, dass die Geschichte so gut wie möglich erzählt wird?

Bitte am Ende eine Person außerhalb deines Teams dir Feedback zu geben. Wenn du mit deinem Storyboard zufrieden bist, dann bist du fast fertig und kannst mit dem Drehen des Videos anfangen!

Proben, proben, proben!

Übe mit einem Freund oder mit deinem Team, um ein unmittelbares Feedback über die kommunikative Wirkung zu bekommen.

Wenn du willst, dass das Publikum dich als erfahren, selbstbewusst und vertrauensvoll sieht, dann sollst du **mehrmals proben**, bis der Zuschauer versteht, dass dein Projekt erfolgreich sein wird.

Du sollst das Skript nicht auswendig lernen.

Behalte immer einen Teil Improvisation.

Vermeide Ausdrücke wie "um", "ehmm" oder "ahh"; mach eine Pause, atme durch und dann fang mit den Aufnahmen wieder an.

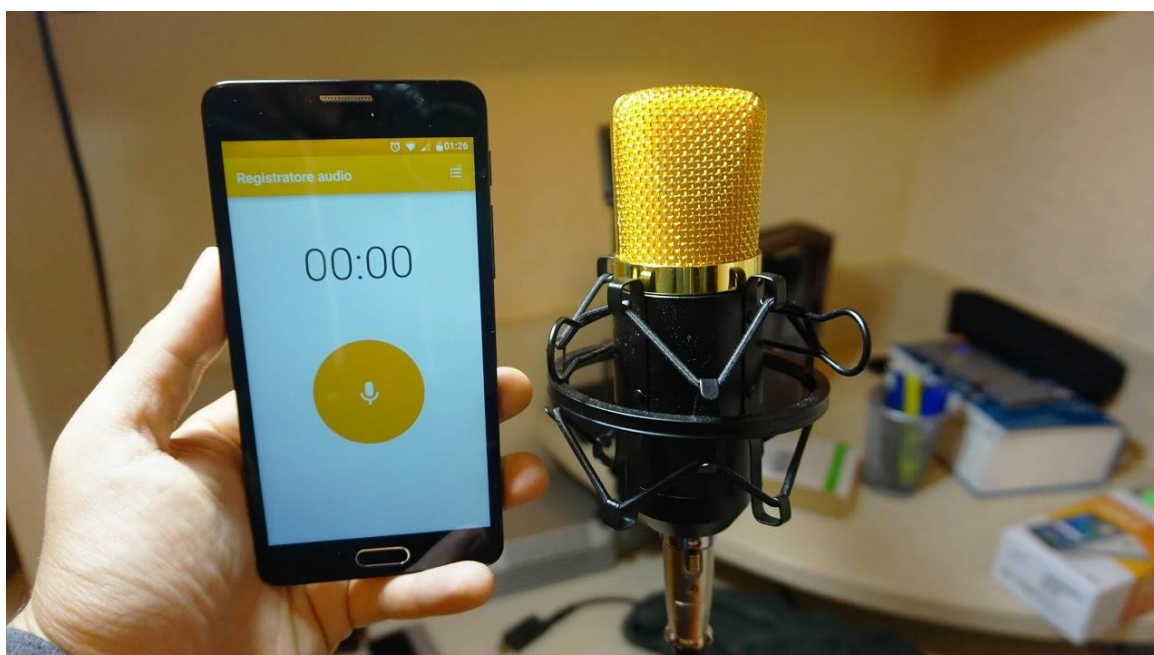
Verwende die **Sprache des offenen Körpers** mit nützlichen Gesten, die die Vorstellung begleiten.

Vgl. <http://ita.explainwell.org/index.php/table-of-contents-speak-easy/body-language/>

Vgl. <http://ita.explainwell.org/index.php/table-of-contents-speak-easy/>

Eine absichtlich verwendete **offene Hand** zeigt zum Beispiel Offenheit und Ehrlichkeit. Gekreuzte **Arme** und **Beine** zeigen Geschlossenheit und obwohl viele Leute dies wissen, werden diese Grundregeln oft in Stress-Situationen wie Video-Vorstellungen vergessen. Wenn du achtsam bist und diese Aktionen vermeidest, wirst du bemerken, dass du offener für neuen Ideen bist.

Schließlich sei der Erste, der auf deine Arbeit **stolz ist** und **lache**.



3. Das Drehen organisieren

Licht, Kamera, Action... oder so ähnlich!

Wenn du und dein Team das Storyboard gut kennen, dann seid ihr bereit zu drehen!

Für diesen Teil braucht man eine **Kamera** oder eine Videoaufnahme-Vorrichtung, eine **Tonaufnahme-Vorrichtung** und einen **Computer**, um das Video zu editieren.

Kamera...

Bevor man mit den Aufnahmen beginnt, gibt es einige Vorkehrungen zu treffen, um grobe Fehler zu vermeiden, die die Qualität der Arbeit beeinflussen würden.

Wähle eine Position, in der die Person gut beleuchtet ist.

Stelle zum Beispiel sicher, dass es bei den Aufnahmen kein Fenster oder keine Lichtquelle hinter der Person gibt. Diese würde die Person von hinten hell ausleuchten, und sie in eine Silhouette umwandeln und als Folge wird das Gesicht der Person nicht sichtbar sein und die visuelle Qualität der Botschaft wird beeinträchtigt.

Stabilisiere die Kamera oder das Handy mit einem Stativ oder einer ebenen Fläche.

Drehe das Video im **Horizontalmodus** und nicht im Vertikalmodus. Das Video-Format ist wirksamer, wenn der Raum horizontal verwendet wird, weil Multimedia-Elemente oder Texte auf diese Weise einfacher zu begreifen sind.

Wähle die Hintergründe sorgfältig, damit diese nicht ablenken.

Hintergründe mit sehr reichen Texturen oder viele Gegenstände sind Ablenkungselemente. Denke immer an den Raum, um Bilder hinzuzufügen oder verwende einen Text in der Postproduktion.

Hört man in Farben?

Eine mittelmäßige Bildqualität wird eher akzeptiert als ein schlechter Ton. Achte daher auf die Tonaufzeichnung. Zimmer mit sehr hohen Decken machen die Stimme leiser während der Aufnahme und dasselbe gilt auch für unruhige Orte, sowohl drinnen als auch draußen. Wenn möglich, verwende ein Mikrofon vor dem Sprecher in Höhe des Zwerchfells. Wenn du kein externes Mikrofon hast, stelle die Kamera so nah wie möglich und stelle sicher, dass die Aufnahme in einem stillen und ziemlich kleinen Raum erfolgt.

... Action!

Wenn du mit dem Drehen beginnst, vergiss folgende Ratschläge für die Vorstellung nicht:

Sprich mit einer lauten und deutlichen Stimme.

Ein gutes Audio ist sehr wichtig für den Erfolg deiner Vorstellung. Stelle sicher, dass das Hintergrundgeräusch so gering wie möglich ist. **Prüfe alles mit den Kopfhörern.**

Verwende einen Teleprompter

Um während der Aufnahme sicher zu sein und um alle im Storyboard festgesetzten Punkte im Auge zu behalten sowie Augenkontakt mit der Kamera oder mit dem Publikum zu halten.

Nimm Augenkontakt mit der Kamera auf.

Stelle dir vor, dass es ein Publikum gibt, das zusieht, wenn du sprichst. Wenn du einen Teleprompter verwendest, hänge den Text an den Kamerarand, aber vergiss nicht, dass man die Bewegung deiner Augen sehen wird, wenn du viel liest.

Kaue keine Kaugummi oder Bonbons, wenn du sprichst.

Wähle angepasste Kleider.

Stelle sicher, dass deine Kleider angepasst sind. Vermeide Kleider mit vielen Texturen, da diese ein Störungs- und Ablenkungselement darstellen können.

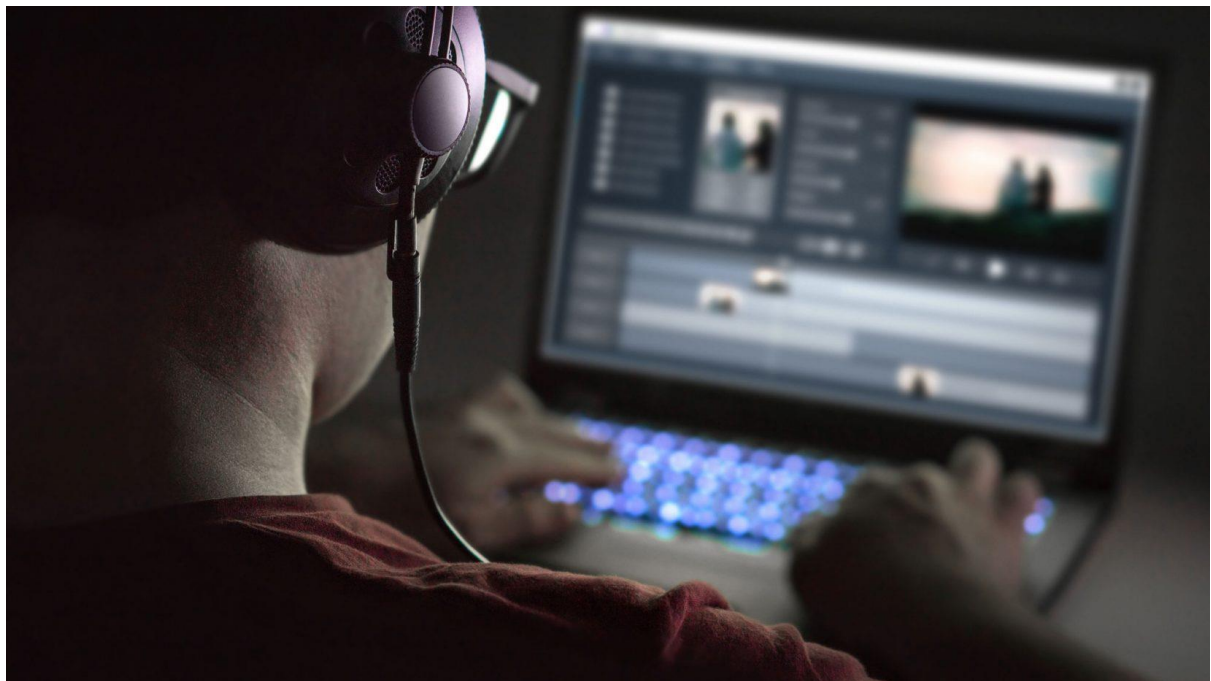
Mache Pausen!

Du kannst ggfs. später ändern.

Das Drehmaterial zusammenstellen

Ein Schnitt ist eine Reihe von Bildern, die normalerweise auf der Musik oder auf einem schon erstellten Storyboard / Skript basieren.

In der Post-Produktion ist es notwendig, die höchste Empathie mit dem Zuschauer zu schaffen. Frühzeitig zu verstehen, wie die Leute denken, sich fühlen, erinnern und lernen ist eine sehr wichtige Übung, um kraftvolle und bewegende Geschichten aufzubauen. Die besten Editing-Entscheidungen stammen aus Empathie, sowohl für die Leute, die auf dem Bildschirm erscheinen, wie auch für das



Publikum, das zuschaut.

Die technischen Instrumente für den Schnitt, die man online findet, sind zahlreich, z.B. App für den Schnitt auf dem Handy und Tablet sowie Software für den Computer. Ein einfacher Schnitt kann auch auf dem Handy erfolgen, aber beim Editing auf dem PC ist man aufmerksamer und man arbeitet sorgfältiger. Es ist daher ratsam, sich eine angepasste Zeit für den Schnitt in einem Raum zu nehmen, wo man nachdenken und die richtigen Entscheidungen treffen kann, indem man sich mehrmals die aufgenommenen Bilder ansieht.

Hier einige Software: [Avid Media Composer](#), [LightWorks](#) [Apple Final Cut Pro](#), [BlackMagic Design DaVinci](#), [Adobe Premiere](#), [Sony Vegas Pro](#)

Der Schnitt oder das Editing beginnt

1. **Schau dir alle Videos und Fotos** an, die du anhand des Storyboards gemacht hast. Und wenn du ein Blatt mit allen Aufnahmen hast, notiere, welche die Besten sind.
4. **Wähle alle Begleitungsmaterialien**, die du verwenden willst, um das Projekt zu beschreiben. Du kannst Bilder hinzufügen. Das Bild **unterstützt** – oder noch mehr – die Punkte deiner Erzählung; diese müssen nicht vom gesprochenen Text ablenken, sie sollen zusätzliche Informationen liefern.
5. Füge **Interviews** hinzu. Interviews sind ein guter Weg, um einen Hintergrund zu schaffen. Du kannst diese verwenden, um Informationen mit dem Zuschauer zu teilen und um den Rhythmus zu kontrollieren.
Interviews sind flexibel und stellen einen klassischer Weg dar, um jemanden dazu zu führen, eine Geschichte darüber zu erzählen, was passiert ist.
6. Macht es Sinn, **Voice-Over hinzuzufügen**?
Nicht immer. Voice-Over können auf alle Fragen eine Antwort geben und tragen dazu bei, den Rhythmus zu bestimmen.
Voice-Over aufnehmen - <https://www.izzyvideo.com/voice-over/>
7. Wenn du Musik hinzufügen willst, halte diese leise bei Voice-Over oder ggfs. Interviews.
8. Vergiss das **Urheberrecht** nicht und verwende kein urheberrechtlich geschütztes Material oder stelle sicher, dass du das Recht auf Verwendung (Royalty-Free, digitale Datenbanken) hast.
9. **Nimm dir Zeit zwischen den Änderungen**. Während dem Schnitt ist es wichtig, ab und zu eine Pause zu machen und später mit neuen, frischen Augen wieder zu starten. Das ist eine Übung, die dir dabei helfen kann, die Aufmerksamkeit des Publikums zu halten und dich auf die festgesetzten Ziele zu konzentrieren.

Allgemeine Bemerkungen zum Schnitt:

1. **Wähle die besten Aufnahmewinkel für jeden Zeitraum.** Während du dir das Video anschaust, denke daran, wohin das Publikum den Blick richten würde, wenn es im Zimmer wäre. So wählst du den besten Winkel, um dem Sprecher zu helfen, seine Geschichte besser zu erzählen.
2. **Verwende Groß- und mittlere Aufnahmen eher als lange Aufnahmen.** Wenn die Rede kontextualisiert ist, haben Groß- und mittlere Aufnahmen die größte Bedeutung für das Publikum. Es ist spannender, die Gesichtsausdrücke und die Körpersprache zu beobachten.
3. **Jeder Sprecher hat einen eigenen Rhythmus in seiner Stimme.** Wenn du darauf achtest, dann wirst du einen natürlichen Rhythmus für den Schnitt haben und das wird auch für das Publikum intuitiv sein.
4. **Schneide Aktionen.** Um die Unterschiede zwischen zwei Bildern zu entfernen, kann man eine Geste schneiden. Die Vollendung der Geste versteckt die Änderung.
https://www.youtube.com/watch?time_continue=6&v=izBDYHg_Kz8
5. **Schneide Worte.** Der Klang eines Worts kann eine Änderung weniger eindeutig machen. Wenn das Wort für den Hauptpunkt der Rede relevant ist, kann die Änderung auch jenes Wort betonen.
<https://www.youtube.com/watch?v=iDYlzt7INik>
6. **Halte die Dinge in Bewegung.** Das Web-Publikum hat eine kurze Aufmerksamkeitsspanne. Mehrere Kamerawinkel machen das Video dynamischer und interessanter.
7. **Pass auf die Grafik auf.** Nur die einschlägigen Abschnitte der Dias sollen mit den Worten des Sprechers enthüllt werden. Das kann beim Editing helfen oder nicht, aber der Punkt ist: methodisch bei der Kanalisierung der Aufmerksamkeit zu sein.
8. **Korrigiere die Fehler.** Sehr oft hört man zwei Sätze, die mit einem "um" verbunden sind, was viele Sprecher sagen, ohne es zu wissen.
9. **Denke an den Sprecher und an den Zuhörer.** Um zu verstehen, wie man am besten mit dem Schnitt umgeht, schauen wir uns einen kurzen Auszug aus einem Interview zwischen Chris Anderson und Bill Gates an. In diesem Beispiel wird nur ein **Aufnahmewinkel** der Kamera verwendet. https://www.youtube.com/watch?time_continue=18&v=N52-9vrPtYo

Einige Beispiele

- Ist es möglich, eine Idee auf überzeugende Weise in nur 20 Sekunden vorzustellen? (EN)
- Playlist von Video-Pitch und praktische Ratschläge (IT)
- 11 Video-Pitches von erfolgreichen Sozialunternehmern (EN)
- Häufige, in den Video-Pitches zu vermeidende Fehler (EN)

Fehler zu vermeiden

1. IMPROVISIEREN

Auch wenn du denkst, dass dein Projekt das Beste ist und dass du alle Aspekte kennst, ist es wichtig, dir Zeit für die Erstellung eines Skripts und einer Wiedergabeliste für die Vorstellung der im Video anzugehenden Themen zu nehmen.

2. DAS ZIEL AUSLASSEN

Vergiss nicht, einen Wunsch für deine Ziele und Hoffnungen zu äußern.

3. SPRECHEN UND NICHT ERZÄHLEN

Wähle eine interessante Weise, um dein Projekt vorzustellen, um Schlagzeilen zu machen und um ein Detail zu betonen, das man nicht vergessen soll.

4. LESEN

Lerne den zu erzählenden Text nicht auswendig, sondern versuche, so spontan wie möglich zu sein und vergiss nicht, auszuatmen und die richtigen Pausen zu machen.

5. LANGE ZEITEN

Je besser deine Erzählung zusammengefasst ist, desto wahrscheinlicher ist es, dass diese einprägsam ist und den Partner trifft.

6. STYLING: DAS BETRIFFT MICH NICHT

Vergiss nicht, für deine Erzählung angepasste Kleider zu wählen. Auch der Raum und der Hintergrund sind sehr wichtig und sollen den Zuschauer nicht ablenken.

7. HINTERGRUNDGERÄUSCHE

Hintergrundgeräusche, die deine Aufnahme stören, werden die Zuhörer ablenken.

8. DIE SACHE SCHNELL BEENDEN

Rede nicht schnell und vergiss nicht, dass du Pausen machen, wiederholen, sowie alle Teile schneiden kannst, mit denen du nicht zufrieden bist. Nimm dir Zeit und wenn du dich wohl fühlst, nimm auf.

9. FEEDBACK EINHOLEN

Frage Freunde und Leute, die das Projekt nicht kennen, was sie vom Video halten. Ohne ihnen vorläufige Erklärungen zu geben, prüfe, ob sie verstanden haben, worum es geht und analysiere die Punkte, die zu verbessern oder zu schneiden sind.

10. JEMANDEN IMITIEREN

Versuche nicht, Schauspieler zu werden oder jemanden zu imitieren. Es ist immer besser, sich vorzustellen, wie man wirklich ist: der Ruf und der Wert deines Projekts werden bestimmt mehr geschätzt werden.

Interreg
Italia-Österreich
European Regional Development Fund



Projekt SIAA – Social Impact for the Alps Adriatic Region
Interreg V-A Italia Austria 2014-2020

www.friulinnovazione.it
www.siaa-project.eu