

Herzlich Willkommen

zum Workshop Videocontent mit Franzi von
easynewstime

7. Dezember 2023



ProSiebenSat.1
Media SE

McKinsey
& Company

Agenda

Workshop Videocontent

Begrüßung und Vorstellung

How to video mit Franzi

Best Practices aus dem startsocial-Team

Fragen und Antworten

Was sonst noch ansteht

HOW TO VIDEO

A bright yellow, hand-painted brushstroke graphic that serves as a background for the word 'VIDEO' in the title. It has a rough, textured appearance with varying thickness and some darker yellow shading, giving it a dynamic and creative feel.

Das bin ich in 99 Sekunden.



easy newstime* **in 9:16**

YouTube: 1.300 Abonnent*innen
& über 220.000 Klicks

Instagram: 840 Abonennt*innen,
Reichweite: 147.000

TikTok: 2.100 Abonnent*innen,
635.000 Klicks



YouTube-Kanal für Geflüchtete,
um die Nachrichten zu Politik,
Wirtschaft und Kultur in verständlicher
Sprache zu erklären.

Launch: April 2023.

Konsument*innen haben **7 Optionen:**

Schreibt es in die Kommentare:

1. Wann likst du das Video?
2. Wann kommentierst du?
3. Wann abonnierst du den Kanal?



Konsument*innen sind ...

- ... so wie Du (bei anderen Kanälen)!
- ... faul
- ... schnell gelangweilt
- ... anspruchsvoll
- ... faktenorientiert
- ... nach 30 - 60 Sekunden weg
- ... einen Swipe vom nächsten Video entfernt
- ... emotional
- ... auf der Suche nach Identifikationsfiguren
- ... stundenlang auf Social Media



**Habt ihr alles
mitgeschrieben?**

Pech.

Konsument*innen sind ...

- ... **so wie Du (bei anderen Kanälen)!** > brauchen einen Nutzen (Unterhaltung, Information, Entspannen, ...)
- ... **faul**: wollen Handy nicht umdrehen > 9x16
- ... **schnell gelangweilt** > erste 0,3 Sekunden entscheiden, schnelle Schnitte (neue Impulse)
- ... **anspruchsvoll** > entertainen mit Untertitel (!), GIFs, B-Roll, Call-to-Action, Cliffhanger, Witz, ...
- ... **faktenorientiert** > 1 Satz = 1 Information, **relevant**? Sonst weg!)
- ... **nach 30 - 60 Sekunden weg** > 100 % Wiedergabezeit, max. 60 Sekunden Videos. Maximal!
- ... **einen Swipe vom nächsten Video entfernt** > Ähm, Pause und Überflüssiges raus
- ... **emotional** > Emotionen hervorrufen, im sozialen Bereich vor allem Hoffnung schenken
- ... **auf der Suche nach Identifikationsfiguren** > prägnante Gesichter (pro Thema) zeigen
- ... **stundenlang auf Social Media** > Zielgruppe identifizieren und genau ansprechen

Apropos: Social Media und Zielgruppe ...



Facebook

16- bis 19-Jährige (39 %)

30 bis 39-Jährige (80 %)

50- bis 59-Jährige (59 %)



Instagram

16- bis 29-Jährige (> 50 %)

30- bis 49-Jährige (33 %)

50- bis 69-Jährige (12 %)



YouTube

14- bis 19-Jährige (77 %)

20- bis 29-Jährige (73 %)

50- bis 59-Jährige (> 50 %)



TikTok

16- bis 19-Jährige (73 %)

50- bis 59-Jährige (13 %)

= Google für Gen Z

TEST 1: Wie sieht das in **der Praxis aus?**



“Was ist ein Spätaussiedler?”

Auf welchem Kanal (TikTok, Instagram, YouTube)
hat dieses Video am besten performt?

Schreib es in die Kommentare.

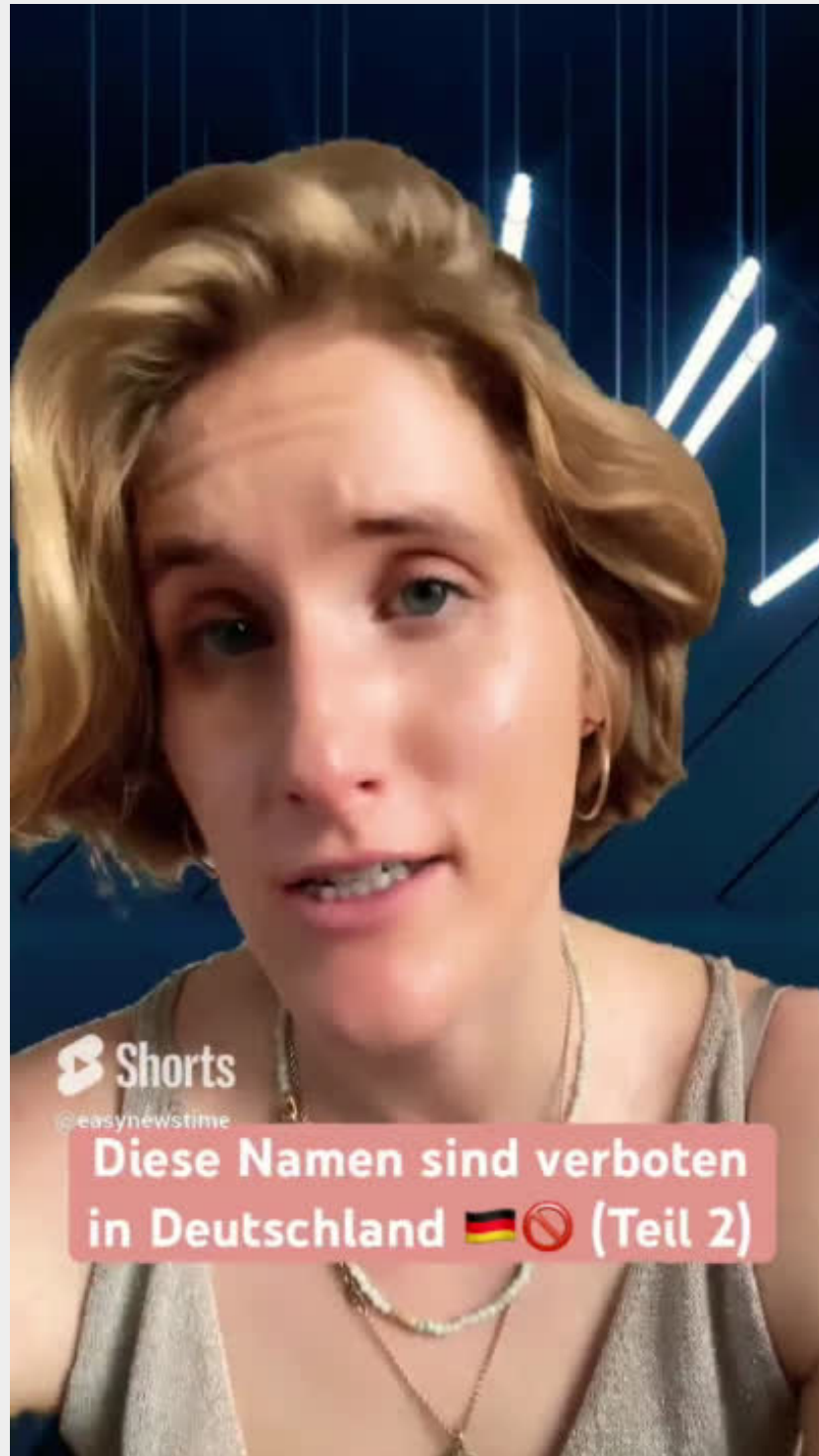
TEST 1: Wie sieht das in der Praxis aus?



“Was ist ein Spätaussiedler?”

- **TikTok:** 99.400 Klicks, 1.340 Likes, 243 Kommentare, 104 x geteilt, 166 x gespeichert, 100 neue Abonnent*innen
- **YouTube:** 3.500 Klicks, 48 Likes, 5 Dislikes, 65 % Wiedergabedauer, 3 Kommentare, 3 x geteilt, 4 neue Abonnent*innen
- **Instagram:** 1.000 Klicks, 12 Likes, 0 Kommentare, 3 x gespeichert, 272 nochmal angesehen

TEST 2: Videos bewerten



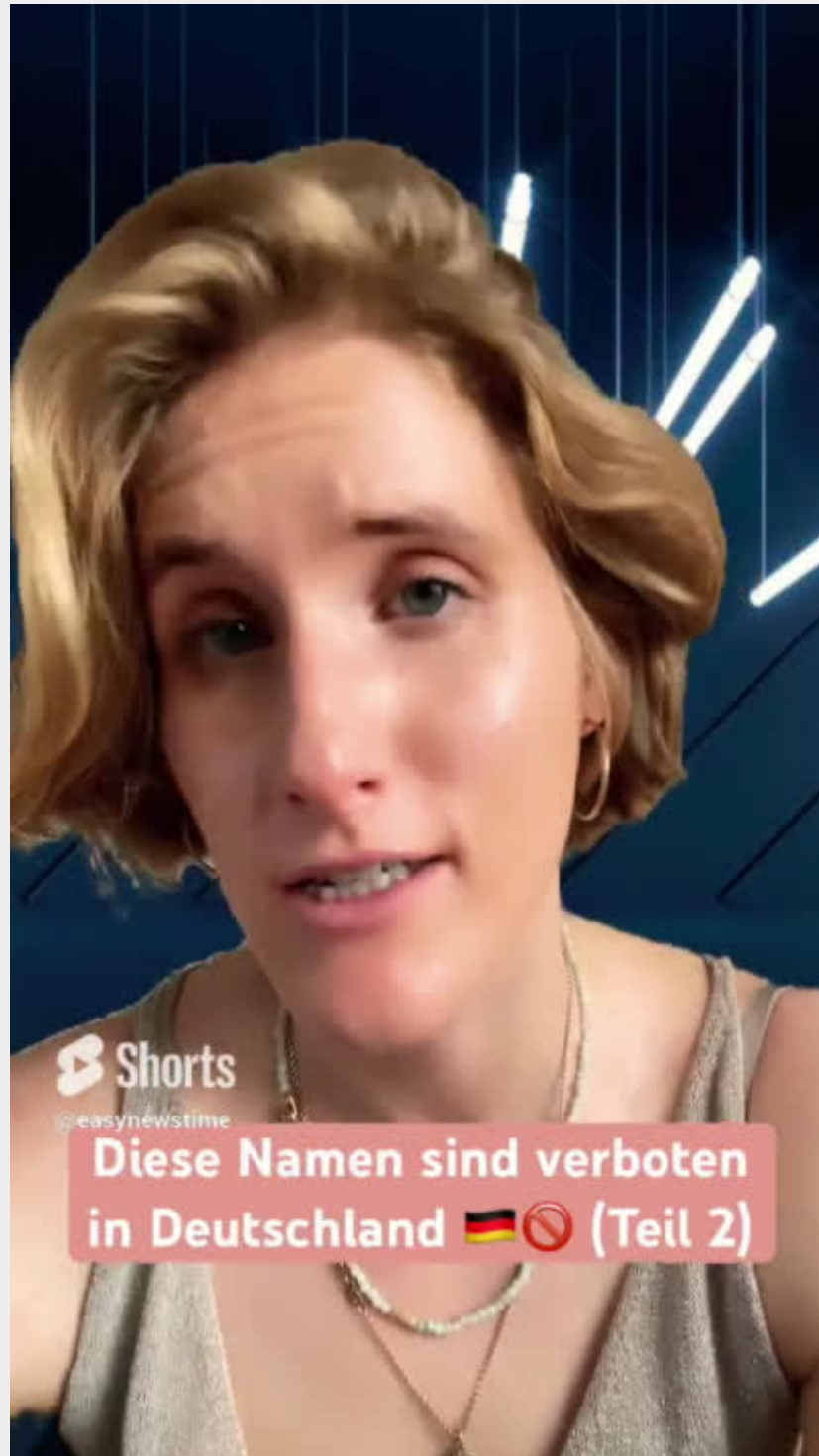
“Diese Namen sind in Deutschland verboten (Teil 2)”

Welcher der 6 Interaktionsoptionen (nochmal ansehen, teilen, kommentieren, liken, abonnieren, weiterswipen) war hier entscheidend für den (Miss-)Erfolg des Videos?

Oder gab es einen anderen Grund?

Schreib es in die Kommentare.

TEST 2: Videos bewerten



"Diese Namen sind in Deutschland verboten (Teil 2)"

- **TikTok:** 6.100 Klicks, 21 Likes, 6 Kommentare, 1 x geteilt, 0 x gespeichert, 1 neue*r Abonnent*in
- **YouTube:** 12.500 Klicks, 119 Likes, 47 Dislikes, 11 Kommentare, 108 % Wiedergabedauer, 4 x geteilt, 13 neue Abonnent*innen

TEST 3: Videos bewerten (in den Kommentaren)



“Deniz kommt aus der Türkei... #typischdeutsch 🇩🇪”

Welche **Charaktereigenschaft** (faul, gelangweilt, ungeduldig, faktenorientiert, egozentrisch, emotional, auf der Suche, anspruchsvoll) der Konsument*innen war hier entscheidend für den (Miss-)Erfolg des Videos?

Schreib es in die Kommentare.

TEST 3: Videos bewerten (in den Kommentaren)



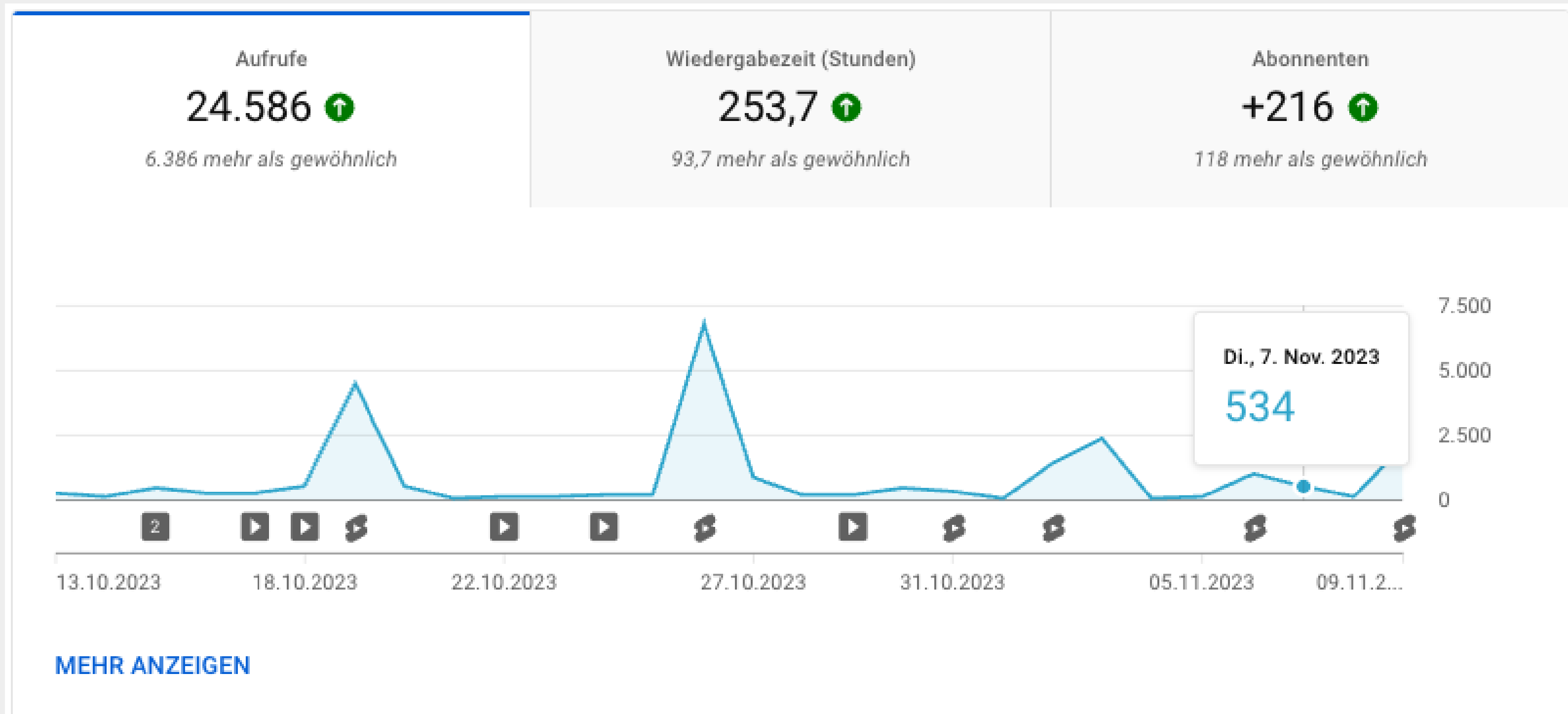
"Deniz kommt aus der Türkei... #typischdeutsch 🇩🇪"

- **TikTok:** 4.100 Klicks, 26 Likes, 1 Kommentar, 2 x geteilt, 3 x gespeichert, 2 neue Abonnent*innen
- **YouTube:** 7.300 Klicks, 61 Likes, 24 Dislikes, 98 % Wiedergabedauer, 19 Kommentare, 13 x geteilt, 6 neue Abonnent*innen
- **Instagram:** 2.100 Klicks, 32 Likes, 0 Kommentare, 5 x gespeichert, 673 nochmal angesehen

**DON'T. GO.
VIRAL.**

Du glaubst mir nicht?
Dann klicke **hier**.

KPIs, die helfen können

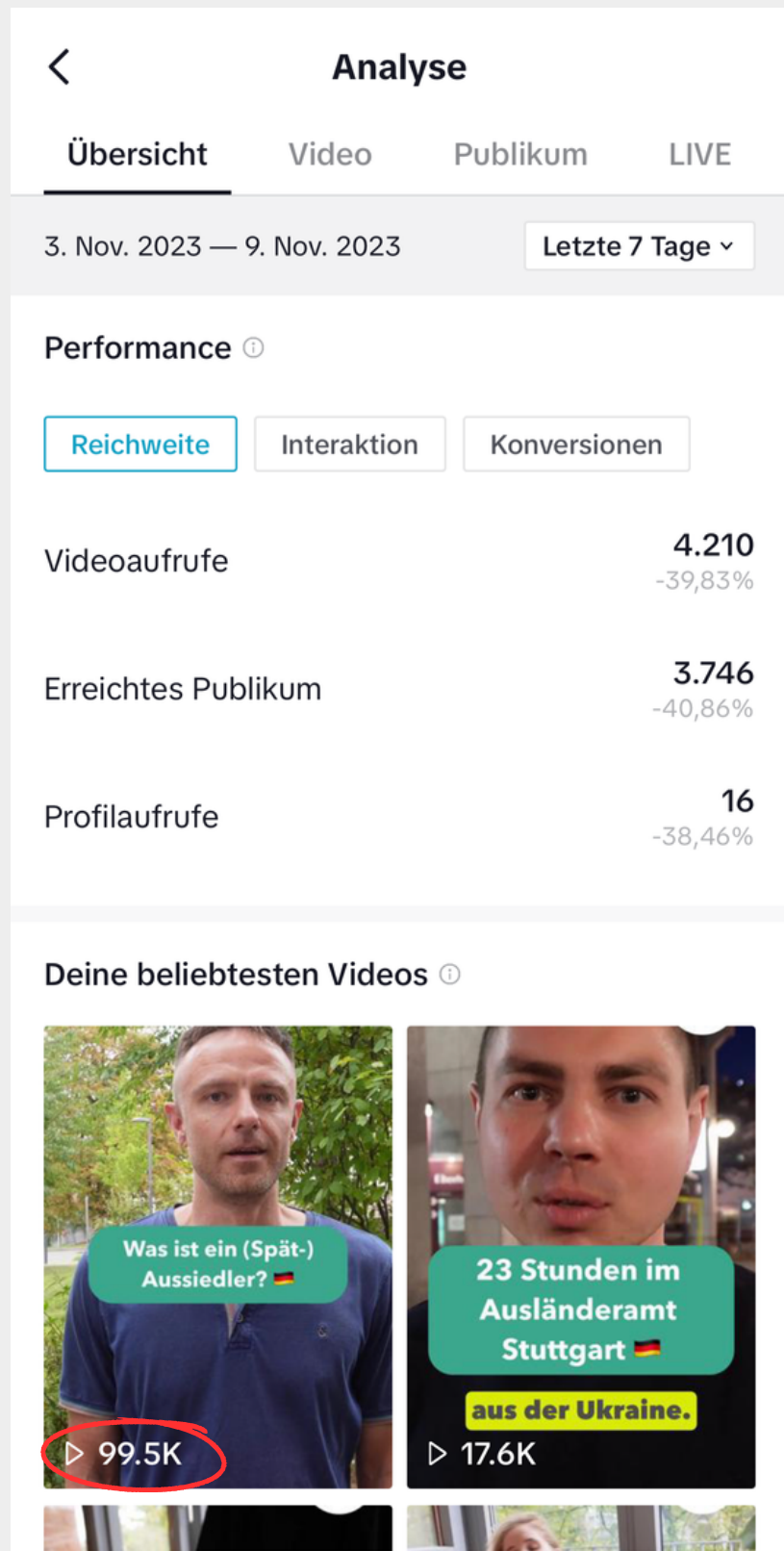


Instagram Insights

Professional-Dashboard		
Insights		
7. Nov. - 6. Dez.		
Erreichte Konten	131 Tsd. +931%	>
Konten, die interagiert haben	823 +224%	>
Follower insgesamt	841 +104%	>
Inhalte, die du geteilt hast	34	>
Anzeigen-Insights		>



TikTok Analyse



**Das war's. Und denk dran:
Alles wird gut.
Bis dann!**

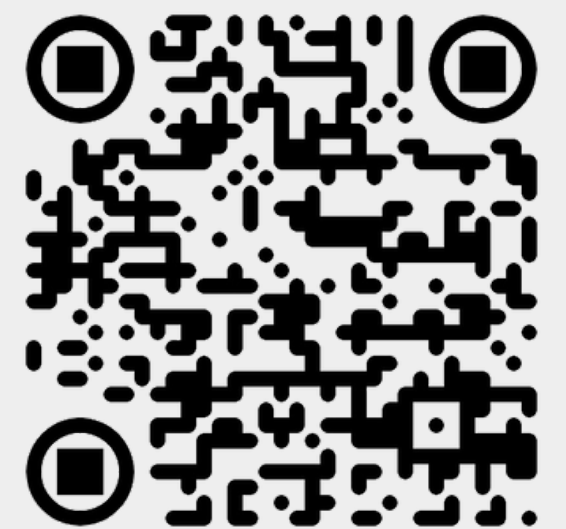


The End.

 Franz Heiler

francis@easynewstime.com

easynewstime.com



Best Practices aus dem startsocial-Team



Foto: Sydney Krug



Videos schneiden

- Vorinstallierte Fotoapp auf dem Smartphone
- Clips (nur für iPhone)
- Inshot (App)
- CapCut (App)
- Clipchamp (Windows)
- iMovie (Mac)



Untertitel erstellen

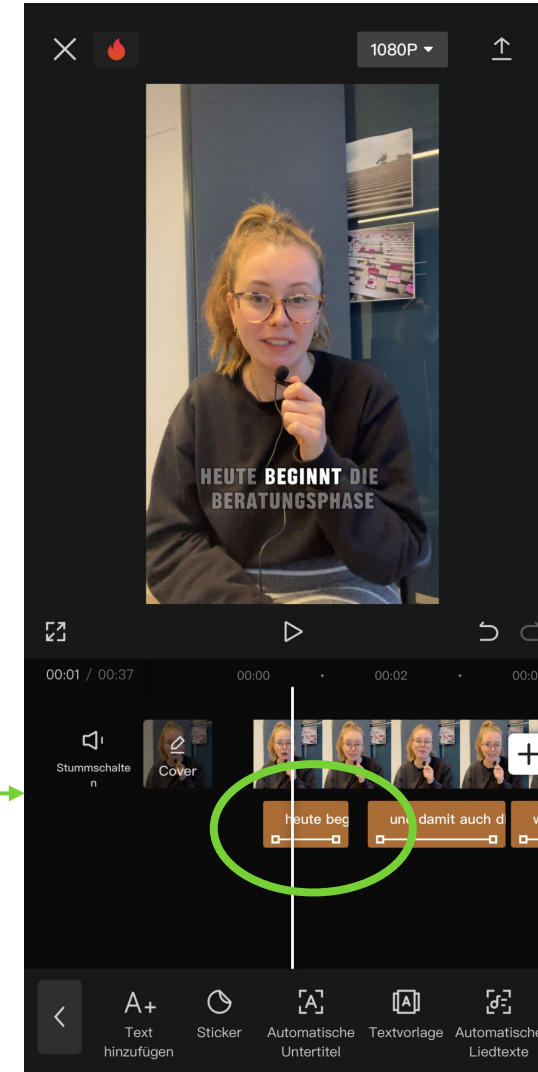
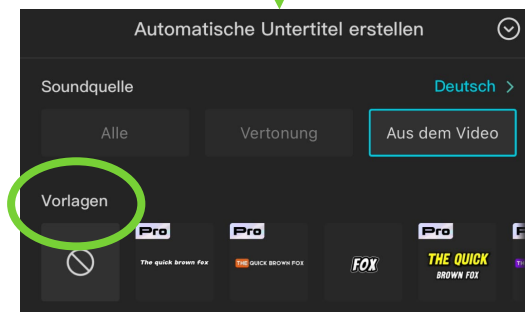
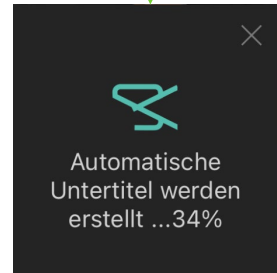
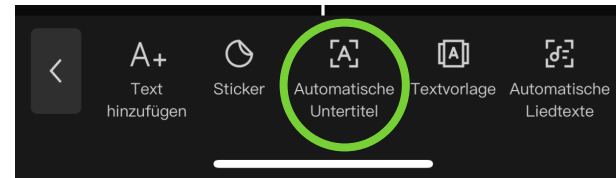
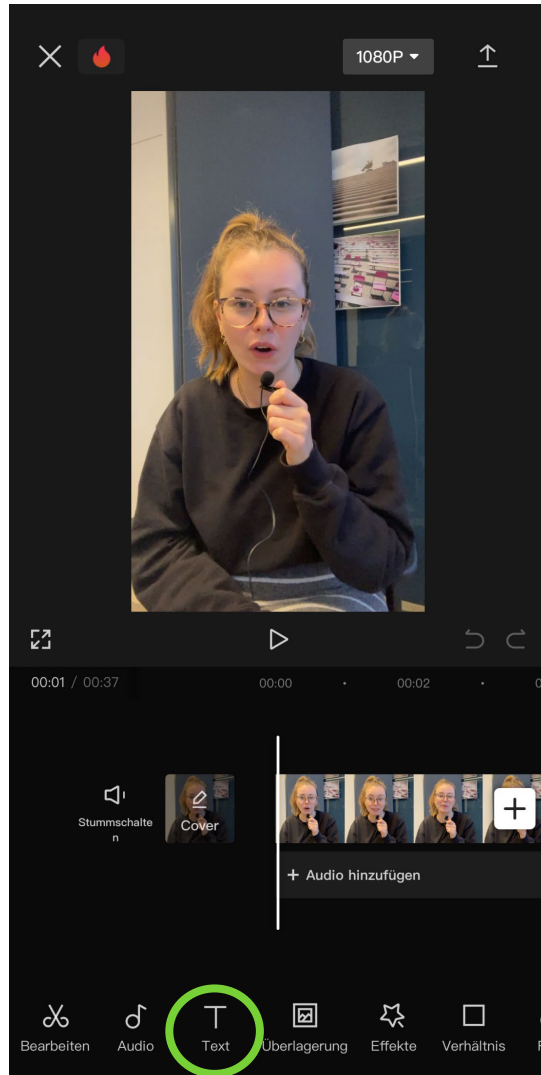
- CapCut

Weitere Tipps:

Auf gute Tonqualität achten (kleine Mikrofone für das Smartphone gibt es bereits ab 8€)

Dran bleiben: Übung macht den Meister/die Meisterin

Untertitel erstellen mit CapCut

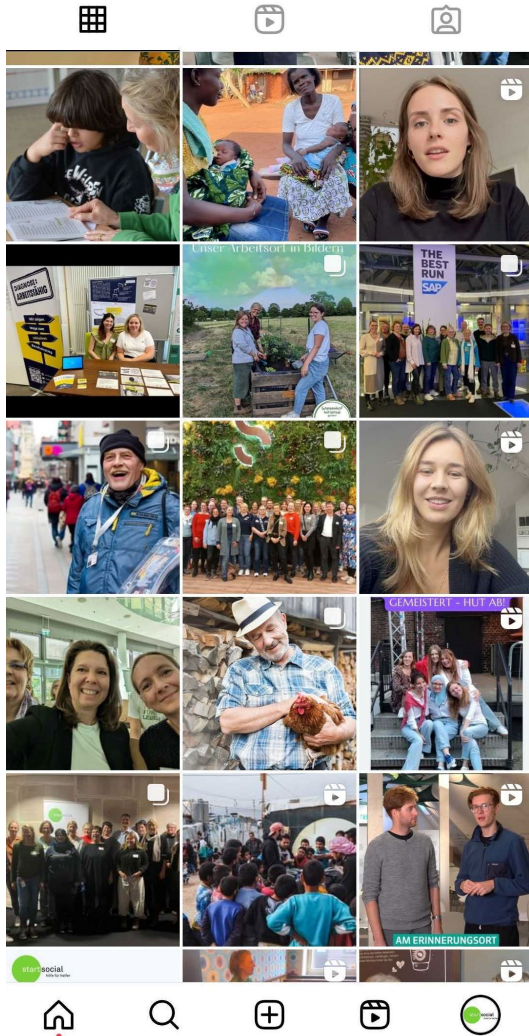


Achtung!

Untertitelerstellung in der kostenfreien Version funktioniert nur in der App

Auf die Position der Untertitel achten

Stipendiat des Tages-Kampagne: Wir stellen Euch/die Stipendiaten vor! ❤️



Repostet gerne und
berichtet selbst aus dem
Stipendium!



Stipendiatentag am 2. Februar 2024

Rahmendaten

2. Februar 2024

10-17 Uhr Programm

17-20 Uhr Gemeinsamer Ausklang

Bitte bis zum
10. Januar anmelden
(2 Personen
pro Initiative)



Hier anmelden





Danke, dass Ihr heute Abend mit dabei wart!

Bei Fragen während der
Beratungsphase oder zum
Workshop könnt ihr euch immer
gerne bei uns melden!



Hier geht's zum
startsocial-Team

[#MitMenschen](#)