

Special 3: Videoblogging – Deine Reisetour in bewegten Bildern

Inhalt:

1. 4 Schritte – von der Idee zum Video
2. Video ist nicht gleich Video
3. Story, Story, Story
4. Regisseur, Darsteller oder beides?
5. Kamera und Ausrüstung
6. Die Nachbearbeitung oder wie alles zusammenkommt
7. Ready, Set – Upload
8. Was ist mit Snapchat, Instagram und Co.?
9. Bereit für dein erstes Travel-Video?

Wenn du dich vielleicht schon eine Weile mit der Fotografie befasst hat, dann ist die Chance hoch, dass du auch schon einmal mit Video experimentiert hast. Technisch etwas verschieden, liegen den beiden Medien jedoch ganz ähnliche Prinzipien zu Grunde. Wenn du zum Beispiel unser E-Book zum Thema Reisefotografie gelesen hast, wirst du sehen, dass sich viele der dort beschriebenen Techniken und Überlegungen auch auf das Filmen übertragen lassen.

Einen Versuch ist es in jedem Fall wert. Warum? Zum einen sind Videos eine herrliche Ergänzung zu atmosphärischen aber statischen Fotoaufnahmen. Mit Videos kannst du deine Follower, Freunde und Bekannte wirklich mit auf die Reise nehmen. Neben der rein visuellen Erfahrung, kommen hier auch noch Ton, Story und vielleicht deine eigene Erzählung als Voiceover zum Einsatz. In Kombination sorgt dies für ein einmaliges Erlebnis, dass für den Zuschauer absolut mitreißend sein kann.

Ein weiterer, eher praktischer Grund, ist das enorme Potential, was das Medium Video heute hat. Hast du vor, langfristig mit einem Blog oder deiner Fotografie erfolgreich zu sein, können Videos dich auf diesem schnell voranbringen. Nicht nur ist YouTube die zweitgrößte Suchmaschine nach Google, auch werden Videos derzeit auf Facebook und Instagram bevorzugt in Sachen Reichweite behandelt und erzielen regelmäßig die besten Engagement-Werte.

Hört sich gut an, aber wie startet man nun am besten mit Videos? Im Folgenden erklären wir dir ein paar grundlegende Konzepte und Überlegungen für das Erstellen fesselnder Travel-

Videos und zeigen dir, wie du mit ein paar einfachen Tricks deine ganz persönliche Story erzählst. Also, auf geht's und ... Action!

1. 4 Schritte – Von der Idee zum Video

Zunächst sei gesagt, dass wir hier über „richtige“ Videos sprechen. Videos, die ein Konzept haben, eine Geschichte erzählen und damit auch etwas aufwendiger in der Kreation sind. Videos, deren Heimat am Ende oft Kanäle wie YouTube, Vimeo oder auch immer häufiger Facebook sein wird. Eine ganz andere Geschichte sind im Gegensatz dazu Live-Videos oder Snippets und die so genannten Storys, wie sie aktuell auf Snapchat und Instagram populär sind. Dazu aber später mehr.

Geht es also an die Erstellung solcher produzierten Videos, kannst du dich an folgenden vier Schritten orientieren, die wir danach noch etwas genau betrachten wollen:

1. Deine Geschichte

Storys sind der rote Faden, der sich durch deine Videos zieht und die Zuschauer in ihren Bann zieht. Überlege dir also, was für eine Geschichte du in deinen Videos erzählen möchtest.

2. Kreiere dein Video

Nachdem du dir über deine Geschichte im Klaren bist, geht es ans Aufnehmen. Sorge für einen Mix aus Nahaufnahmen und Weitwinkelaufnahmen. Denke dabei in kurzen Szenen, die du später zusammenschneidest.

3. Bearbeite dein Video

Hier geht letztendlich um den Videoschnitt. Aus deinen einzelnen Szenen wird eine spannende Geschichte. Wie in einem Puzzle setzt du einzelne Aufnahmen zusammen und wirfst andere heraus. Auch Belichtung und Farbkorrektur können hier optimiert werden.

4. Veröffentliche dein Video

Wenn dein Video fertig ist, kannst du es auf YouTube oder einem anderen Kanal deiner Wahl veröffentlichen. Dabei geht es auch um Optimierungen, so dass es hinterher leicht gefunden und in den sozialen Netzwerken geteilt werden kann.

2. Video ist nicht gleich Video

Okay, du möchtest Videos machen, genauer gesagt Reisevideos. Aber auch in diesem Bereich gibt es verschiedene Ansätze und Videotypen. Jeder hat hier wahrscheinlich eine Präferenz und so solltest auch du dir Gedanken machen, was am ehesten dein Ding ist. Hier findest du ein paar Ideen für deinen Videoschwerpunkt:

- **Vlogs**

Vlogs sind Video-Blogs, also inhaltlich angelehnt an normale Blog-Posts. Hier geht es in der Regel um persönliche, oft alltägliche Berichte aus deinem Leben. Natürlichkeit und Nahbarkeit ist hierbei der Schlüssel für erfolgreiche Vlogs. Aus diesem Grund müssen solche Videos auch nicht professionell bearbeitet und völlig durchgestylt sein. Oft werden sie auch als Selfies gefilmt. Der derzeit vielleicht erfolgreichste Vlogger, auch wenn nicht aus dem Bereich Reisen, ist wohl [Casey Neistat](#) aus New York. Ein Blick auf seinen Kanal lohnt sich.

- **Reiseführer-Videos**

In einem Reiseführer-Video geht es weniger um dich, sondern darum, den Zuschauern echten Mehrwert zu bieten und sie vielleicht zum Reisen zu inspirieren. So könntest du zum Beispiel ein Video über die Must-Dos in Sydney oder über die 5 besten Sushi-Restaurant in Tokyo drehen. Was diese Videos gemein haben, ist, dass sie oft mit mehr Aufwand verbunden sind. Du musst hier mehr im Voraus planen und auch die Nachbearbeitung ist zeitintensiver. Der Vorteil ist jedoch, dass der Inhalt ein „Evergreen“ ist – das heißt, dass diese Videos immer wieder von Menschen aufgerufen werden und dir somit eine konstante Reichweite beschere können.

- **Nischenvideos**

Eine ganz besondere Nische für sich in Anspruch zu nehmen, ist nie verkehrt – ganz egal ob für einen klassischen Blog oder für deine Videos. Denn dadurch fällt es um einiges leichter, aus der Masse herauszustechen und sich ein engagiertes Publikum zu erschließen. Eine Nische kann dabei deine ganz persönliche Leidenschaft sein. Liebst du zum Beispiel einheimisches Essen, könnten deine Videos Street Food auf aller Welt zeigen. Bist du eher der Abenteurer, könnten sich deine Videos mit einzigartigen Erlebnissen off-the-beaten-track befassen.

3. Story, Story, Story

Vielleicht hast du bereits auf den oben hinterlegten Link zu [Casey Neistats YouTube-Channel](#) geklickt. Der aktuell vielleicht bekannteste Vlogger und Filmregisseur wird nicht müde, immer wieder zu betonen, dass die Story das wichtigste Element eines jeden Videos ist. Das solltest auch du dir zu Herzen nehmen.

„Story is king. Everything serves the king!“ – Casey Neistat, Vlogger und Filmmacher

Klar gibt es die auf Hochglanz polierten Travel-Videos in denen ein Highlight nach dem anderen folgt, unterlegt von mitreißender Musik. Echt inspirierend, aber hast du dabei etwas bemerkt? Genau, meistens werden sogar solche Aufnahmen nach kurzer Zeit langweilig. Warum? Weil etwas ganz bestimmtes fehlt ... und das ist die Story.

Wenn du dagegen ein Video schaust, dass vielleicht gar nicht so hochwertig produziert ist, dich aber durch eine ganz bestimmte Geschichte führt und dich so für längere Zeit an den Bildschirm fesselt, dann weißt du manchmal gar nicht, wo auf einmal die Zeit geblieben ist. Mach dir diesen Effekt zu Nutze und denke bei jedem deiner Videos über die Story nach.

4. Regisseur, Darsteller oder beides?

Die Frage, die sich vor jedem Video stellt, ist, ob du vor der Kamera auftreten oder deine Tätigkeit auf die Arbeit als Regisseur beschränken möchtest. Natürlich ist dies deinen Präferenzen überlassen aber lass dir eines gesagt sein: „Wenn deine Zuschauer dich in deinen Videos sehen, können sie direkt einen viel besseren Bezug zu dir aufbauen und sich mit deinen Storys identifizieren. Du erzeugst Vertrauen, wirst nahbar und das kann dir im Verlauf deiner Video-Karriere noch von großem Nutzen sein.

Im Umkehrschluss heißt dies jedoch nicht, dass du non-stop in jedem deiner Videos zu sehen sein sollst. Auch das wird auf die Dauer eintönig. Was gut funktioniert und als Konzept von vielen Vloggern erfolgreich praktiziert wird, ist ein Mix aus szenischen Clips und Aufnahmen von dir selbst, in denen du für noch mehr Kontext sorgen kannst.

Für die meisten von uns, ist das Auftreten vor der Kamera eine große Herausforderung. Es ist ungewohnt und vielleicht sogar unangenehm. Aber wie bei so vielem, bei dem man sich anfangs unsicher fühlt, wird man auch hierbei rasch besser und selbstbewusster. Probiere es

doch einfach einmal aus – vielleicht findest du an der Arbeit vor der Kamera mehr Spaß als du zunächst gedacht hast.

Wenn das Ganze dann doch gar nichts für dich ist, kannst du immer noch mit einem unterlegten Voiceover oder passender Musik für das gewisse Etwas sorgen.

5. Kamera und Ausrüstung

Nicht die richtige Ausrüstung zu haben, ist das vielleicht am häufigsten gehörte Argument gegen die Arbeit mit Videos. Auch wenn die Technik und die Qualität wichtig sind, zählen andere Faktoren wie die bereits besprochene Story, Komposition und Atmosphäre sowie der eigentliche Inhalt viel mehr. Einige der am meist gesehene YouTube-Videos und sogar prämierte Dokumentationen wurden mit den einfachsten Mitteln realisiert.

Technik sollte also niemals ein Hindernis darstellen. Arbeite mit der Ausrüstung die du hast, mach dich mit dem Medium vertraut, übe und wenn du dann immer noch Spaß am Filmen hast, kannst du über ein Hardware-Upgrade nachdenken. Der Vorteil an dieser Herangehensweise ist zudem, dass du spätestens dann, wenn du an die Grenzen deiner Ausrüstung stößt, genau wissen wirst, was für dich das richtige Equipment ist.

Konkret kannst du mit einfachen Spiegelreflex-Kameras über Kompaktkameras und sogar Smartphones überzeugende Ergebnisse bekommen. Für einen Überblick und einige konkrete Empfehlungen in unterschiedlichen Preisklassen kannst du den [Bericht auf Quamara.de](#) checken.

Wenn wir dir jedoch einen Ausrüstungsgegenstand ans Herz legen sollten, dann wäre es ein externes Mikrofon. Denn die in der Kamera integrierten Varianten liefern dann doch meist dürftige Ergebnisse.

6. Die Nachbearbeitung oder wie alles zusammenkommt

Du hast dein Material im Kasten, bist zufrieden mit deiner Arbeit aber halt – jetzt geht ein Großteil der Arbeit erst richtig los. Es geht ans Zusammenschneiden, der Prozess, bei dem wie in einem Puzzle aus vielen kleinen Teilen ein Gesamtwerk entsteht.

Hierbei gibt es etliche verschiedene Herangehensweisen und keine ist die ultimative. Gerade mit Blick auf Youtube und andere Online-Plattformen hat sich jedoch ein gewisses Grundgerüst als erfolgreich erwiesen.

1. Intro

Die ersten ca. zehn Sekunden sind enorm wichtig. In einer Welt, in der wir im Angesicht von einer Überflutung mit Medien sekundenschnell entscheiden, ob wir dabei bleiben oder wegklicken, musst du deine Zuschauer direkt mitreißen. Sichere dir also deren Aufmerksamkeit, indem du ein Mini-Preview lieferst oder selbst kurz ankündigst, worum es im aktuellen Video geht.

2. Intro 2

Das ist wahrscheinlich das, was viele von uns eigentlich unter einem Intro verstehen. Präsentiere deine Marke (das kannst auch du selbst sein) und Sorge für Wiedererkennungswert. Auch hier bietet ein Blick in Caseys Neistats Channel einiges an Inspiration. Zeige dein Logo und eine kurze Introsequenz mit einer immer gleich bleibenden musikalischen Untermalung. Willst du das nicht selbst machen, kannst du dir einfache Videointros auch für wenig Geld auf zum Beispiel Fiverr.com oder Upwork erstellen lassen.

3. Hauptcontent

Hierbei handelt es sich um dein eigentliches Video und dein fertiges Werk nach dem Schneiden und Bearbeiten. Mit Blick auf die Länge gibt es hier kein Patentrezept. Je nach Thema und Aufbereitung können sehr kurze genauso gut wie etwas längere Videos funktionieren. Probiere es einfach aus und beobachte, was am besten bei deinen Zuschauern ankommt.

4. Outro und Call-to-Action

Was ein Intro hat, muss auch ein Outro haben. Hier kannst du zum Beispiel auch eine kurze, immer gleich bleibende Sequenz einblenden oder eine kurze Vorschau auf andere Videos von dir bieten. Genau wie in einem klassischen Blog-Post ist zudem der so genannte Call-to-Action wichtig – die Aufforderung an den Zuschauer, etwas Bestimmtes zu tun. Dies kann zum Beispiel das Vergeben eines Likes oder das Abonnieren deines Kanals sein. Auch wenn es aufdringlich erscheint, hierbei kannst

du den Zuschauer direkt ansprechen und ihn um die entsprechende Aktion bitten. Spätestens hier kann dein persönlicher Auftritt vor der Kamera Sinn machen.

7. Ready, Set - Upload

Du hast dein Meisterwerk kreiert und willst es endlich der Öffentlichkeit präsentieren. Kein Problem, einfach bei YouTube hochladen und dann läuft alles von selbst, oder? Nicht ganz. Genau wie beim klassischen Bloggen solltest du, um wirklich maximalen Erfolg mit deinen Videos zu haben, deine Beiträge entsprechend optimieren. Du hast bereits so viel Zeit in dein oscarverdächtiges Video investiert, da wäre es doch schade, wenn es nicht auch die gebührende Aufmerksamkeit bekommen würde. Und die erreichst du mit ein paar einfachen Informationen.

Wahrscheinlich wird YouTube deine Video-Plattform der Wahl sein und wie bereits anfangs erwähnt, ist YouTube die zweitgrößte Suchmaschine der Welt. Um hier gefunden zu werden, musst du deine Videos mit passenden Schlagwörtern und Beschreibungen versehen. Ohne diesen Schritt kannst du ein noch so gutes Video haben – gefunden wird es wahrscheinlich nicht werden.

Betreibe also zunächst eine kleine Google-Keyword-Recherche und finde ein passendes Keyword bzw. einen zusammenhängenden Suchbegriff. Zeigt dein Video zum Beispiel Streetfood in Bangkok, könnte dein Keyword „Bestes Street Food in Bangkok“ sein.

Mit diesem Keyword im Hinterkopf geht es ans Ausfüllen der entsprechenden Infofelder. Dies sind Videotitel, Videobeschreibung und die Vergabe von Schlagwörtern. Schau, dass alles auf dein Keyword angepasst ist, ohne dabei spammig zu erscheinen. In der Beschreibung solltest du am Ende auch auf weitere Kanäle wie zum Beispiel dein Blog oder andere soziale Netzwerke verlinken.

Zu guter Letzt kannst du dir noch überlegen, ein individuelles Thumbnail-Bild für deine Videos zu vergeben. Ein ansprechendes Bild mit einem Text-Overlay, das den Zuschauern direkt mitteilt worum es geht, funktioniert meistens besser als das von YouTube gewählte Standardbild.

8. Was ist mit Snapchat, Instagram und Co.?

Du weißt jetzt, wie du Videos planst, filmst, schneidest und schließlich auf die Plattform deiner Wahl hochlädst. Das Ganze ist mit mehr oder weniger Aufwand verbunden. Aber es geht natürlich auch einfacher. Hier kommen soziale Netzwerke wie zum Beispiel Snapchat und Instagram ins Spiel. Mit Snapchat- und neuerdings auch Instagram-Stories lassen sich kurze Momentaufnahmen aus deinem Leben präsentieren – authentisch, ungeschnitten, kurz und knackig und nur für eine begrenzte Zeit verfügbar.

Die Videos auf diesen Kanälen sind viel einfacher und schneller umzusetzen als „echte Videos“. Allerdings steht hier der Entertainment-Faktor eher im Vordergrund als alles andere. Es ist eine tolle Ergänzung für deinen bestehenden Content auf deinem Blog oder deinem YouTube-Kanal, wird aber alleinstehend selten funktionieren.

Richtig eingesetzt, kannst du deine Zuschauer so aber noch näher an dich heran lassen und eine noch intensivere Beziehung zu ihnen aufbauen. Nutze diese kleine Snippets, um deinen Zuschauern noch mehr Inhalte zu bieten, sie hinter die Kulissen schauen zu lassen und eine andere Seite von dir zeigen, als du es sonst in deinen aufwendigeren Videos tust.

9. Bereit für dein erstes Travel-Video?

Jetzt hast du hoffentlich einen guten Überblick über das Thema Video und die einzelnen Schritte zu einem spannenden Reisebericht in bewegten Bildern bekommen. Genau wie in der Fotografie brauchst du ein wenig Übung bis du den richtigen Dreh raus hast und mit allen Facetten vertraut bist. Der Weg lohnt sich aber. Es nicht nur ein tolles Medium, dass das Potential hat, deine Zuschauer wirklich in seinen Bann zu ziehen, es wird zudem auch im Netz immer populärer. Video ist die Zukunft – warum sollst auch nicht du von diesem Trend profitieren.

Wenn du dein erstes Meisterwerk kreiert hast, lass es uns gerne wissen. Wir würden uns freuen, dein Video auch auf unseren Kanälen zu präsentieren. Melde dich einfach bei unserer Redaktion unter: redaktion@auslandsjob.de

Impressum

Autor & Copyright: 2016 Philipp C. Dukatz

Herausgeber: *INITIATIVE auslandszeit*



Frank Möller

Berliner Straße 36

33378 Rheda-Wiedenbrück

Tel.: 05242 405 434-2

E-Mail: info@initiative-auslandszeit.de

Website: www.initiative-auslandszeit.de