

31.05.2011 - 10:45 Uhr

## Mit Zeichnungen und Animationen Zusammenhänge erklären - news aktuell im Gespräch mit dem Bewegtbildexperten Stefan Huber über How-to-Videos

Hamburg (ots) -

- Querverweis: Bildmaterial wird über obs versandt und ist abrufbar unter <http://www.presseportal.de/galerie.htx?type=obs> -

Was Wissenssendungen im Fernsehen leisten, vermitteln Erklär-Videos im Internet: So genannte How-to-Videos erklären komplexe Prozesse, Produkte und Dienstleistungen so anschaulich, dass sie jeder versteht. Dass dieses Videoformat bei den Nutzern ankommt, zeigen die Abrufzahlen auf YouTube & Co. news aktuell sprach mit Stefan Huber, Geschäftsführer der Infotainweb AG in München und Produktionspartner der dpa-Tochter, über die Einsatzmöglichkeiten, den Produktionsaufwand und die Bedeutung von How-to-Videos für Unternehmenskommunikation und Marketing heute.

news aktuell: Lieber Herr Huber, was sind sogenannte How-to-Videos?

S.H.: How-to-Videos erklären im Web auf einfache, anschauliche und unterhaltsame Weise die Welt. Komplexe Zusammenhänge werden dargestellt, Prozesse, Produkte und Stellen beschrieben: Wie funktioniert die IT-Abteilung in einem Unternehmen? Was ist eigentlich Augmented Reality? Wie funktioniert Online-Marketing? Warum ergänzen sich Gas und Solar für Hausbesitzer ideal?

news aktuell: Wo werden diese Videos eingesetzt?

S.H.: How-to-Videos sind auf Videoplattformen wie Youtube oder auch im Social Media Umfeld äußerst erfolgreich. Aus den USA aber auch aus Deutschland gibt es Beispiele, die Millionenfach geklickt werden. Grund: Service, spannender Inhalt, einfach, anschaulich und sehr unterhaltsam produziert. How-to-Videos eignen sich aber durchaus auch für Messen, wo man dank kreativer Formate den Blick auf den Bildschirm lenken kann.

news aktuell: Wodurch unterscheiden sich How-to-Videos von anderen Beiträgen?

S.H.: Durch die Verschmelzung von Realität und virtueller Welt. Moderatoren bewegen sich in gezeichneten Welten. Grafiken und animierte Zeichnungen unterstützen und verstärken die Erklärungen. Unternehmen können sich dadurch sehr kreativ darstellen und heben sich von andern ab. Ein entscheidender Vorteil: Im Image- oder PR-Video ist es häufig schwierig, gewisse Zusammenhänge zu bebildern. Das ist mit Zeichnungen und Animationen einfacher. Das bekannte Musik-Video von AHA zum Song "take on me" oder der Hollywood-Streifen Roger Rabbit sind gute Beispiele. Das ist jetzt dank moderner Technik auch für Unternehmen möglich und bezahlbar.

news aktuell: Welches sind die wichtigsten Elemente?

S.H.: Eine gute Idee, eine gute Story. Die Zielgruppe klar definiert. How-To-Videos können einfache Erklär-Videos sein, vom Schminktipp bis hin zum gezeichneten Video mit Moderator. Häufig sieht man eine Hand, die Zusammenhänge aufzeichnet. Das Video vermittelt den Eindruck, dass der Zeichner auch der erklärende Experte ist. Viele How-to-Videos bestehen nur aus Animationen, Grafiken und Fotos.

news aktuell: Oft ist Animation im Spiel. Wie wird das gemacht? Welche Varianten gibt es?

S.H.: Fotoshop, After Effects und Cinema 4d sind gängige Programme für die Umsetzung. Gedreht wird vor einer Greenbox im Studio oder beim Kunden. Daraus entstehen dann die Mischformen aus Moderation vor weißem Hintergrund, mit animierten Zeichnungen, Fotos und Grafiken. Den Kreativen sind keine Grenzen gesetzt.

news aktuell: Für welche Unternehmen oder Kommunikationsanlässe eignet sich ein How-to-Video?

S.H.: Recruiting ist ein gutes Beispiel: Wie beschreibe ich als Unternehmen eine Stelle in der IT-Abteilung? Oder Firmendarstellungen und Produkterklärungen: Wie erkläre ich einem kleineren Mittelständler ein Online-Marketing-Angebot? Wie erkläre ich einem Kunden eine Software? Wie erkläre ich als Bank ein Finanzprodukt? Wie erkläre ich eine komplexe Firmenstruktur den Mitarbeitern? All dies ist schwierig zu bebildern, außer man setzt Zeichnungen oder Animationen ein.

news aktuell: Wie lange muss man von der ersten Idee bis zur Umsetzung rechnen?

S.H.: Nach unserer Erfahrung dauert die Umsetzung von der ersten Idee bis hin zur finalen Abnahme ein bis zwei Monate. Wir sehen, dass How-to-Videos aufgrund der Innovationskraft häufig auch direkt bei der Geschäftsführung landen, was den Prozess nicht beschleunigt. Aber das ist sehr positiv, denn auch intern haben die Mitarbeiter Freude an kreativen How-to-Videos.

news aktuell: Wie wird das Konzept erstellt? Welche Informationen muss eine Pressestelle liefern? Was kommt vom Produzenten?

S.H.: Bei uns läuft das so: Idealerweise kommt der Kunde schon mit einer Grundidee. Ansonsten wird eine solche in einem Beratungsgespräch kreiert oder unsere Kreativabteilung entwickelt für einen Kunden ein Format. Danach arbeiten wir eng mit dem

Auftraggeber zusammen, entwickeln ein Storyboard. Wenn dieses abgenommen ist, starten unsere Redakteure, Zeichner und Animatoren mit der Arbeit. Häufig wird eine Moderation vor der Greenbox gedreht, im Studio oder beim Kunden selbst. Am Ende gibt es noch einige Abnahmeschlaufen bis das Video geliefert wird.

news aktuell: Abschließend noch eine Frage zu den Kosten. Welches sind hier die wichtigsten Faktoren?

S.H.: Die wichtigsten Kostenfaktoren sind die Kreation, die Auswahl der Zeichner und Moderatoren. Auch variiert der Animationsaufwand von Auftrag zu Auftrag sehr stark. Und nicht zu vergessen auch die Nutzungsrechte: Ist das How-to-Video nur für das Web bestimmt oder wird daraus vielleicht sogar eine TV-Kampagne.

news aktuell: Lieber Herr Huber, vielen Dank für das Gespräch.

Weitere Informationen unter: <http://www.how-to-video.tv/>

PR multimedial denken: <http://www.newsaktuell.de/pressearbeit/multimedia/>

Zur Person: Der Schweizer Stefan Huber ist ausgebildeter PR-Fachmann und TV-Journalist an der Bayerischen Akademie für Fernsehen. 2000 bis 2004 war er als CvD, Redakteur, Reporter und Zürich-Korrespondent (Radio & Online) bei Radio Top, Winterthur tätig. Im Anschluss wechselte er als Videojournalist für die kommenden 3 Jahre zur ProSiebenSat.1-Gruppe nach Unterföhring. Mit Max Jörg als Partner erfolgte 2007 die Gründung der infotainweb AG in Unterföhring, die für den stark wachsenden WebTV-Markt Geschäftsmodelle und neue Produkte entwickelt und für Kunden aus allen Bereichen produziert. ([www.infotainweb.com](http://www.infotainweb.com))

Kontakt:

news aktuell GmbH  
Birte Arnold  
PR-Managerin  
Telefon: 040/4113 32772  
[arnold@newsaktuell.de](mailto:arnold@newsaktuell.de)

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001562/100626066> abgerufen werden.