



DARF ICH MICH VORSTELLEN?

GÜNTER EXEL

TOURISMUSZUKUNFT

#content #kommunikation #multimedia
#twitter #österreich



g.exel@tourismuszukunft.de
+43 699 10738718

EIN NETZWERK VOLLER ENTHUSIASTEN



NETZWERK UNTERNEHMEN



- » **13** Experten
- » **13** Standorte
- » Persönlicher Habitus und individuelle Werte relevant
- » Individuelle Schwerpunkte und Kompetenzen

LIVE CONTENT SEIT 2009

@guenterexel Social Media & Tourismus
@TravelLiveCC Reisereportagen



MULTIMEDIA REPORTS SEIT 2009

@guenterexel Social Media & Tourismus
@TravelLiveCC Reisereportagen



MULTIMEDIA?

DAS KÖNNT IHR AUCH!



PRAXIS

FOTOS & VIDEOS MIT SMARTPHONE

Fotografiere und filme mit deinem Smartphone – und probiere verschiedene Techniken aus!

#QUICKANDDIRTY #POSTEN
#BETRACHTEN #AUSTAUSCHEN



CONTENT KINGS & QUEENS

AGENDA

EINFÜHRUNG IN DAS PROGRAMM, VORSTELLUNGSRUNDE

Block 1 Content strategisch denken: Werte, Zielgruppen und Personas; Vom Thema zur Geschichte

Block 2 Texten in Theorie und Praxis – von der Website bis zu Social Media

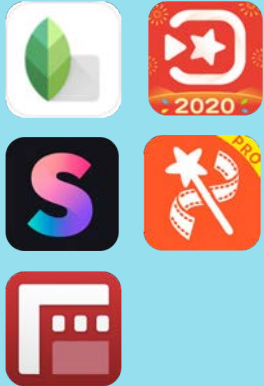
Block 3 Fotografieren mit dem Smartphone – Apps, Tipps & Tricks

Block 4 Mobile Bildbearbeitung

Block 5 Filmen mit dem Smartphone

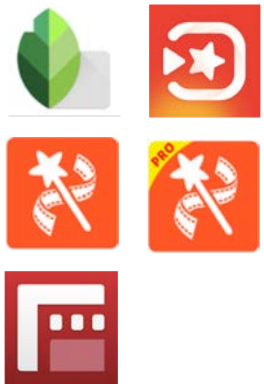
Block 6 Mobiler Video-Schnitt

ERGEBNISSE UND HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN



iPhone: bitte kostenlose Apps Snapseed und VivaVideo installieren;
weitere Informationen und Alternativen:

- » **Snapseed** (gratis): mobile Bildbearbeitung
- » **VivaVideo – Video Bearbeiten** (gratis / VIP: € 18,99/Jahr),
Alternativen: **Splice** (gratis – nicht upgraden!);
Videoshow Pro (€ 32,99)
- » **FiLMiC Pro** (€ 16,99): professionelle Kamera-App



Android: bitte kostenlose Apps Snapseed und VivaVideo installieren;
weitere Informationen und Alternativen:

- » **Snapseed** (gratis): mobile Bildbearbeitung
- » **VivaVideo** (gratis – nicht upgraden!): mobiler Videoschnitt.
Alternativen: **Video-Editor** (gratis / Videoeditor Pro: € 15,99)
- » **FiLMiC Pro** (€ 12,99): professionelle Kamera-App; Funktionsumfang
für Android-Geräte mit **FiLMiC Pro Evaluator** (gratis) testen

Tipp: Zum Vermeiden von Abo-Fallen keine „kostenlosen“ Probeversionen
aktivieren, sondern etwaige Dialogfenster per Klick auf [X] schließen!

NICHT OHNE MEIN **WLAN**

Netz: _____
PW: _____



FOTOS & VIDEOS PER **WHATSAPP**



Gruppen-Link:
bit.ly/workshop-ee



DEIN **AUFTRITT!**

#NAME #UNTERNEHMEN #ERWARTUNGEN

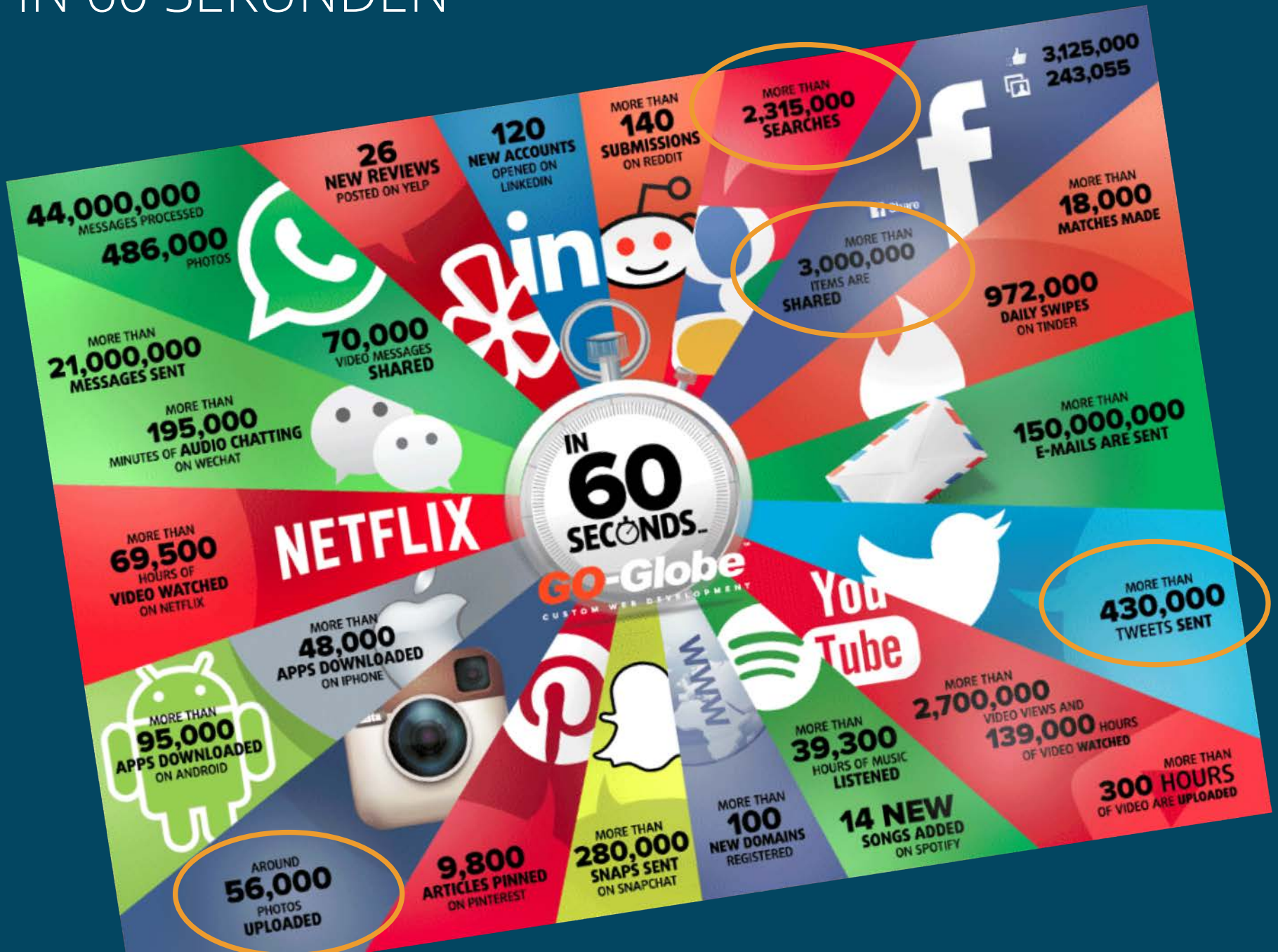
BLOCK 1:

CONTENT STRATEGISCH DENKEN: DAS RINGMODELL

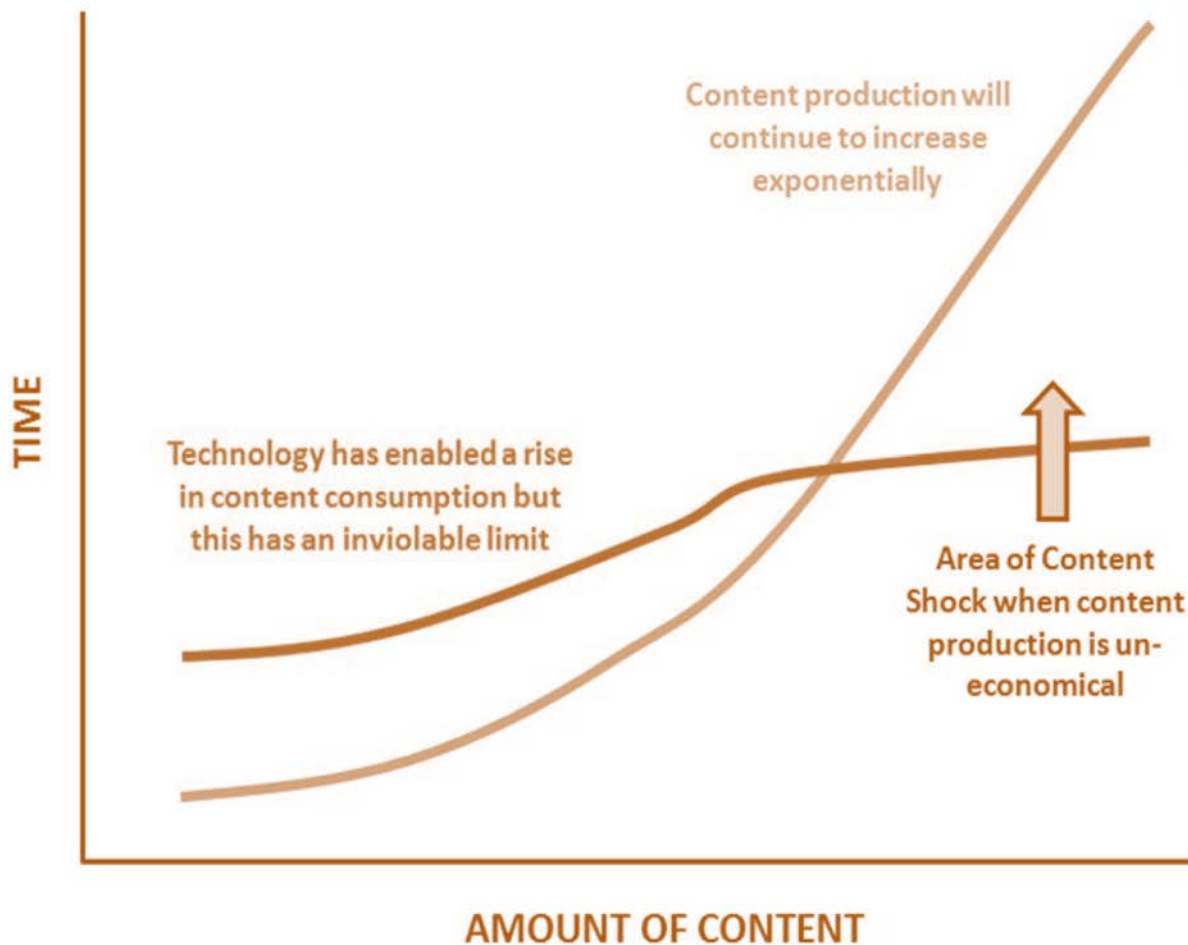


**CONTENT
NEU DENKEN**

DAS INTERNET IN 60 SEKUNDEN



The Economics of Content



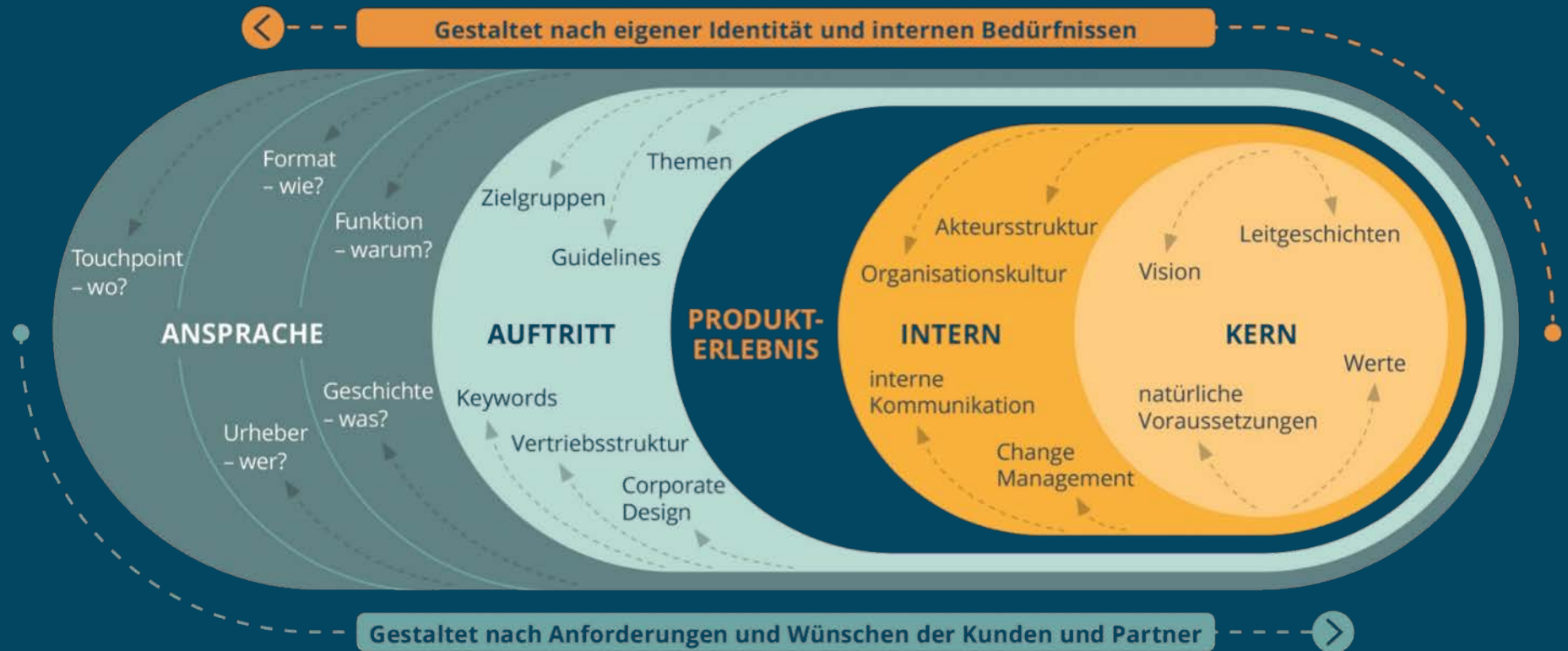
Content-Schock:

- » Die Content-Produktion übersteigt die Content-Rezeption.
- » Wo erreichen wir den User in Zukunft noch?
- » Stichwort: Relevanz



DIE LÖSUNG: CONTENT
STRATEGISCH DENKEN!

DAS TOURISMUSZUKUNFT RINGMODELL



KOMMUNIKATION BEGINNT BEI **WERTEN**



KENNST DU
DEINE KUNDEN?

TOURISMUSZUKUNFT RINGMODELL: **DER AUFTRITT**



- » Welche Zielgruppen willst du ansprechen?
- » Welche Themen sind für deine Zielgruppen relevant?

KENNEN WIR
 UNSERE NUTZER?

DIE TMB ZIELGRUPPEN



1 Genussorientierte Natururlauber

- Suchen aktiven Urlaub auf dem Land & in der Natur, gerne auf und am Wasser
- Möchten Rad fahren und wandern
- Der Fokus liegt auf dem Naturerlebnis, kombiniert mit starken, genussreichen Elementen (z.B. regionaltypische Küche)
- Übernachten in hochwertigen Hotels, Pensionen sowie Ferienwohnungen & -häusern



2 Eventorientierte Smartshopper

- interessieren sich für Events, Veranstaltungen, Naturaufenthalte & den Besuch von historisch/kulturellen Sehenswürdigkeiten
- Präferieren Privatunterkünfte, Ferienwohnungen & Campingplätze, wohnen aber auch in Hotels
- Sind aktiv & suchen das Besondere zu gutem Preis-Leistungs-Verhältnis



KENNEN WIR
UNSERE NUTZER?

DIE TMB ZIELGRUPPEN



3 *Intellectuelle Kulturliebhaber*

- Möchten kulturelle und historische Sehenswürdigkeiten, Museen & Ausstellungen besuchen
- Schätzen naturräumliche Angebote
- Bevorzugen Komfort und Hotels
- Achten auf Preis-Leistungsverhältnis



4 *Qualitätsbewusste Entschleuniger*

- Suchen Auszeit vom Alltag & Urlaub auf dem Land
- Bevorzugen Bewegung & Entschleunigung in der Natur ohne große Anstrengung zum Erhalt der Vitalität
- Interessieren sich für Shopping, Wellness, Sehenswürdigkeiten & Events
- Buchen Hotels, Pensionen und Ferienwohnungen



KENNEN WIR
UNSERE NUTZER?

DIE TMB ZIELGRUPPEN



5 Gesellige Familien

- Möchten im Urlaub gemeinsam Zeit miteinander verbringen
- Bevorzugen Angebote am und im Wasser
- Nutzen Erlebniseinrichtungen
- Buchen vor allem Ferienhäuser und -wohnungen, aber auch Campingplätze



WIE SIEHT DEIN **WUNSCHKUNDE** AUS?

Suche dir aus den verschiedenen Kundentypen deiner Organisation EINEN einzigen Kundentyp aus!



WIE SIEHT DEIN **WUNSCHKUNDE** AUS?

- 1 – Genussorientierte Natururlauber
- 2 – Eventorientierte Smartshopper
- 3 – Intellektuelle Kulturliebhaber
- 4 – Qualitätsbewusste Entschleuniger
- 5 – Gesellige Familien



NENNEN WIR
SIE **ANDREA**

PRAXIS-AUFGABE

BESCHREIBE DEINEN WUNSCHKUNDEN ALS **PERSONA**



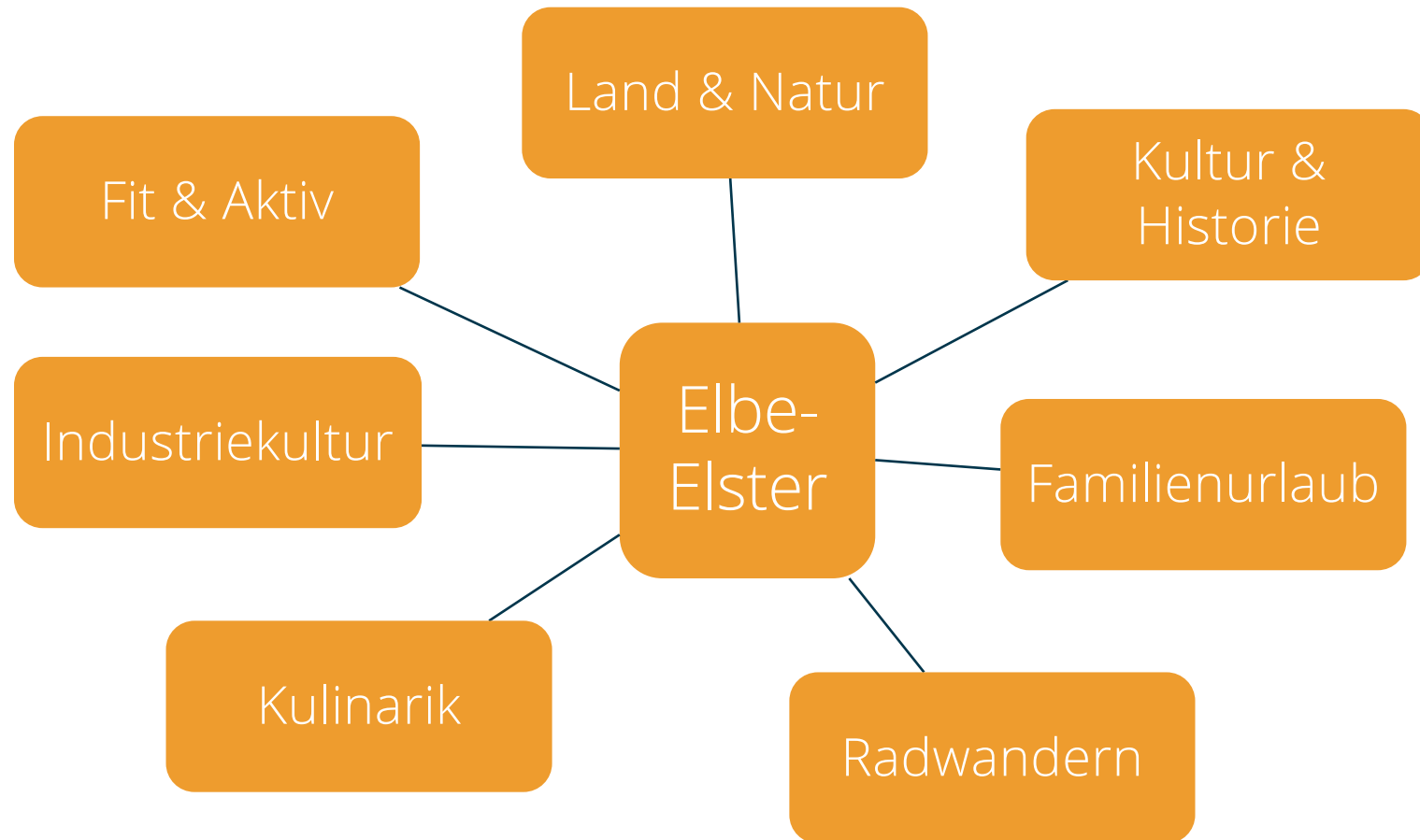
- » Eine Persona-Entwicklung ist ein umfangreicher strategischer Prozess. Versuche für unsere Schulung, in 10 Minuten nur einige der wichtigsten Eigenschaften zusammenzustellen!
- » Stellen dir deinen Wunschkunden („Andrea“) genauer vor.
- » Beschreibe einige der am folgenden Blatt angegebenen Eigenschaften von Andrea!

WELCHE DEINER THEMEN SIND RELEVANT?

Denke an deinen Wunschkunden ...
Womit kannst du ihn/sie begeistern?



WELCHE **THEMEN** SIND FÜR DEINE ZIELGRUPPE RELEVANT?



PRAXIS-AUFGABE

WELCHE **THEMEN** SIND FÜR DEINE PERSONA RELEVANT?



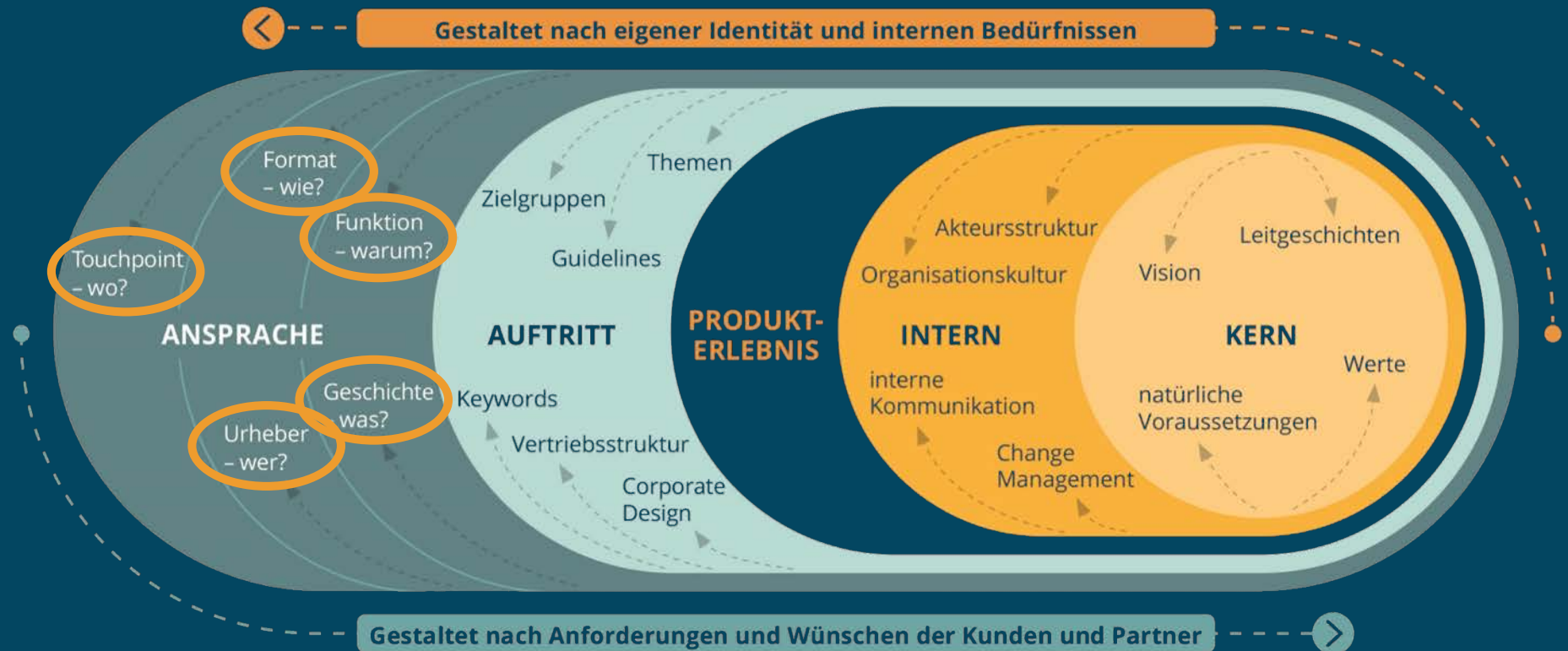
- » Denke an deinen Wunschkunden und deine Persona („Andrea“).
- » Mit welchen Angeboten deines Unternehmens, deiner Organisation kannst du Andrea ansprechen?
- » Welche Themen deiner Kommunikation sind für Andrea von Interesse?

CONTENT ... FACEBOOK? TWITTER? INSTA?

„Wo“ ist die allerletzte Frage! Zuerst kommt:
Was? Warum? Wer? Wie?



TOURISMUSZUKUNFT RINGMODELL: **DIE ANSPRACHE**



- » Was? Die Geschichte
- » Warum? Die Funktion
- » Wer? Der Urheber
- » Wie? Das Format
- » Wo? Der Touchpoint

WAS? DIE GESCHICHTE

Die Leitgeschichte in
verschiedenen Ausformungen:

- Werte
- Themen
- Protagonisten
- Plot
- Perspektive



PRAXIS-AUFGABE

WAS: WELCHE GESCHICHTEN ERZÄHLST DU FÜR DEINE PERSONA?



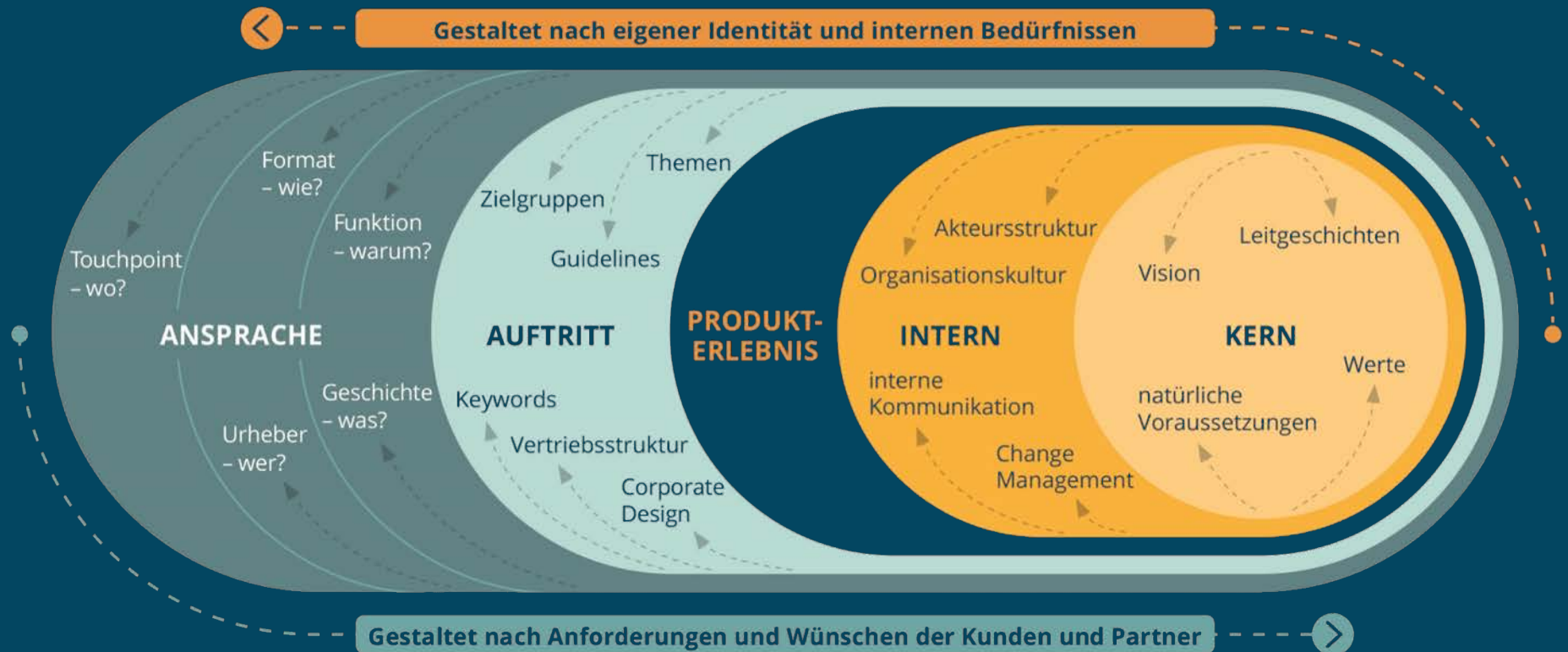
- » Übernimm die bereits erarbeiteten Werte und Themen ins Arbeitsblatt „WAS“ und finde Ansätze für Geschichten, die deine Persona interessieren könnten:
 - » Protagonisten (Akteure der Handlung)
 - » Plots (einzelne Geschichten)
 - » Settings (aus Perspektive des Gastes oder Anbieters)

GESCHICHTEN FÜR **ANDREA**



- » WERTE: Natur, Genuss, Sinnlichkeit, Kreativität, Herzlichkeit, Vertrauen, Neugier, Geselligkeit
- » THEMEN: Naturerlebnis, Kraftorte, Wellness, Entspannung, Bewegung in der Natur, Kulturerlebnis, lokale Traditionen, regionaler Genuss, Kulinarik ...
- » PROTAGONISTEN: Andrea, Freunde, Familie, Einheimische, Gastgeber (Hotelier, Wirt), Mitarbeiter, Menschen mit Naturbezug, Menschen mit besonderen Lebensgeschichten ...
- » PLOT: Authentische Erlebnisse, Geheimtipps, Naturerlebnis, Begegnung mit besonderen Menschen („Ein Tag mit ...“), Kulturerlebnis, Erlebnis von Kraftorten, Entspannung in der Natur erleben, Geschichten hinter lokalen Spezialitäten („Das Geheimnis von ...“)
- » SETTING: Außenperspektive: Personen mit Identifikationspotenzial, die etwas erleben (z.B. Bloggerin), Interviews mit Akteuren – Erlebnis über andere Menschen vermittelt!

CONTENT-STRATEGIE MIT DEM TOURISMUSZUKUNFT RINGMODELL



- » Das Tourismuszukunft Ringmodell:
www.j.mp/ringmodell-marke
- » Die äußeren Kreise des Ringmodells:
www.j.mp/ringmodell-ansprache

BLOCK 2:

TEXTEN IN THEORIE UND PRAXIS

Herzlich Willkommen im Elbe-Elster-Land



Verbringen Sie Ihre Ferien oder Ihren Urlaub im Elbe-Elster-Land und in der Lausitz im Süden Brandenburgs. Genießen Sie die flache, abwechslungsreiche Landschaft bei einer **Radtour** auf dem Elbe Radweg oder den Spuren der **Industriekultur**. Entdecken Sie mit dem **Kulturschatz Sucher** die kulturellen Schätze der Region oder entspannen Sie in schöner Natur. Alle **Angebote und Preise** erhalten Sie unter dem jeweiligen Thema.

"Elbe-Elster-RadKulTour" - Anradeln 2020 am 09. und 10. Mai

WAS IST EIN **GUTER TEXT?**

Einfach mal raus und unvergessliche Momente im Fläming erleben

Direkt hinter der südwestlichen Stadtgrenze Berlins beginnt unsere wunderschöne Reiseregion, die sich im Westen bis an die Elbe erstreckt und im Osten kurz vor dem Spreewald endet. Endlose Weiten, traumhafte Sonnenuntergänge sowie abwechslungsreiche Natur machen das Abschalten vor den Toren der Hauptstadt kinderleicht. Bei uns im Fläming finden kreative Köpfe, Aktivbegeisterte und Kulturliebhaber jede Menge Inspiration für Tagesausflüge, Wochenendtrips und Kurzurlaube nahe der Hauptstadt. Entdecken Sie unsere historischen Stadtkerne, wandern Sie durch die eiszeitlich geprägte Hügellandschaft und schmecken Sie in den Hofläden und Gasthäusern der Region ein Stück Fläming. Herzlich Willkommen in Berlins direkter Nachbarschaft!

WAS IST EIN **GUTER TEXT?**

MAL EIN BEISPIEL: **WAS FÄLLT DIR AUF?**

Restaurant MehrSeen im Leuchtturm

MAL EIN BEISPIEL: **WAS FÄLLT DIR AUF?**

Restaurant MehrSeen im Leuchtturm

Der LeuchtTurm am Geierswalder See lockt schon von weitem mit seinem maritim-verheißungsvollen Aussehen.

MAL EIN BEISPIEL: **WAS FÄLLT DIR AUF?**

Restaurant MehrSeen im Leuchtturm

Der LeuchtTurm am Geierswalder See lockt schon von weitem mit seinem maritim-verheißungsvollen Aussehen. Egal zu welcher Tageszeit - im Restaurant „MehrSeen“ in den beiden unteren Ebenen des Leuchtturmes lässt sich unter Takelage und Seemannsgarn bestens Frühstück, zum Mittag stärken und besondere Abende genießen.

MAL EIN BEISPIEL: **WAS FÄLLT DIR AUF?**

Restaurant MehrSeen im Leuchtturm

Der LeuchtTurm am Geierswalder See lockt schon von weitem mit seinem maritim-verheißungsvollen Aussehen. Egal zu welcher Tageszeit - im Restaurant „MehrSeen“ in den beiden unteren Ebenen des Leuchtturmes lässt sich unter Takelage und Seemannsgarn bestens Frühstück, zum Mittag stärken und besondere Abende genießen. Im großen Saal haben bis zu 60 Personen einen fantastischen Blick über den See.

MAL EIN BEISPIEL: **WAS FÄLLT DIR AUF?**

Restaurant MehrSeen im Leuchtturm

Der LeuchtTurm am Geierswalder See lockt schon von weitem mit seinem maritim-verheißungsvollen Aussehen. Egal zu welcher Tageszeit - im Restaurant „MehrSeen“ in den beiden unteren Ebenen des Leuchtturmes lässt sich unter Takelage und Seemannsgarn bestens Frühstück, zum Mittag stärken und besondere Abende genießen. Im großen Saal haben bis zu 60 Personen einen fantastischen Blick über den See. Im Wintergarten ist man dem Wasser des Sees ganz nah und bleibt doch im Warmen und Trockenen, während man die frische und saisonale Küche des Hauses genießen kann.

MAL EIN BEISPIEL: **WAS FÄLLT DIR AUF?**

Restaurant MehrSeen im Leuchtturm

Der LeuchtTurm am Geierswalder See lockt schon von weitem mit seinem maritim-verheißungsvollen Aussehen. Egal zu welcher Tageszeit - im Restaurant „MehrSeen“ in den beiden unteren Ebenen des Leuchtturmes lässt sich unter Takelage und Seemannsgarn bestens Frühstücken, zum Mittag stärken und besondere Abende genießen. Im großen Saal haben bis zu 60 Personen einen fantastischen Blick über den See. Im Wintergarten ist man dem Wasser des Sees ganz nah und bleibt doch im Warmen und Trockenen, während man die frische und saisonale Küche des Hauses genießen kann.

Direkt zu

- Restaurant MehrSeen im LeuchtTurm-Hotel [🔗](#)
- Veranstaltungen und Tickets im LeuchtTurm-Hotel

Du bist dran

WAS
KANNST DU
**DEINER
PERSONA**
BIETEN?



TEXT: SCHREIBE EINEN KURZEN
TEXT, WARUM DEINE ZIELGRUPPE ZU
DIR KOMMEN MUSS.

Schreibe z.B. einen kurzen Social-Media-Post, in welchem du dein Unternehmen kurz vorstellst – für jemanden, der dich noch nicht kennt.

- » Hast du einen echten Nutzen für den Gast formuliert?
- » Hast du dich auf das Wesentliche konzentriert, was dein Angebot so besonders macht?
- » Hast du dich darauf konzentriert, was für deine Zielgruppe relevant ist?
- » Bist du konkret geworden?
- » Ist dein Text sehr sachlich oder eher emotional, bildhaft?

SPRICH IN EINFACHEN UND **KLAREN** **SÄTZEN!**

Schnell auf den Punkt
kommen! Ein Post muss
nicht alles sagen!



©SnellMediaPhotography



WEG MIT DEM **BLAH BLAH!**

Statt Substantiven: Verben!
Statt Substantiven allein:
Adjektive zur Beschreibung!
Statt passiv: aktiv!
Statt Bandwurmsätzen:
klar und knapp!



Verzichte auf „man“.
Du, Sie oder ihr?

SPRICH DEINE
ZIELGRUPPE **DIREKT** AN.



Beschreibe.
Nutze Vergleiche.
Nutze Lautmalereien.
Integriere alle Sinne.

SCHAFFE **BILDER**
MIT DEINEN TEXTEN



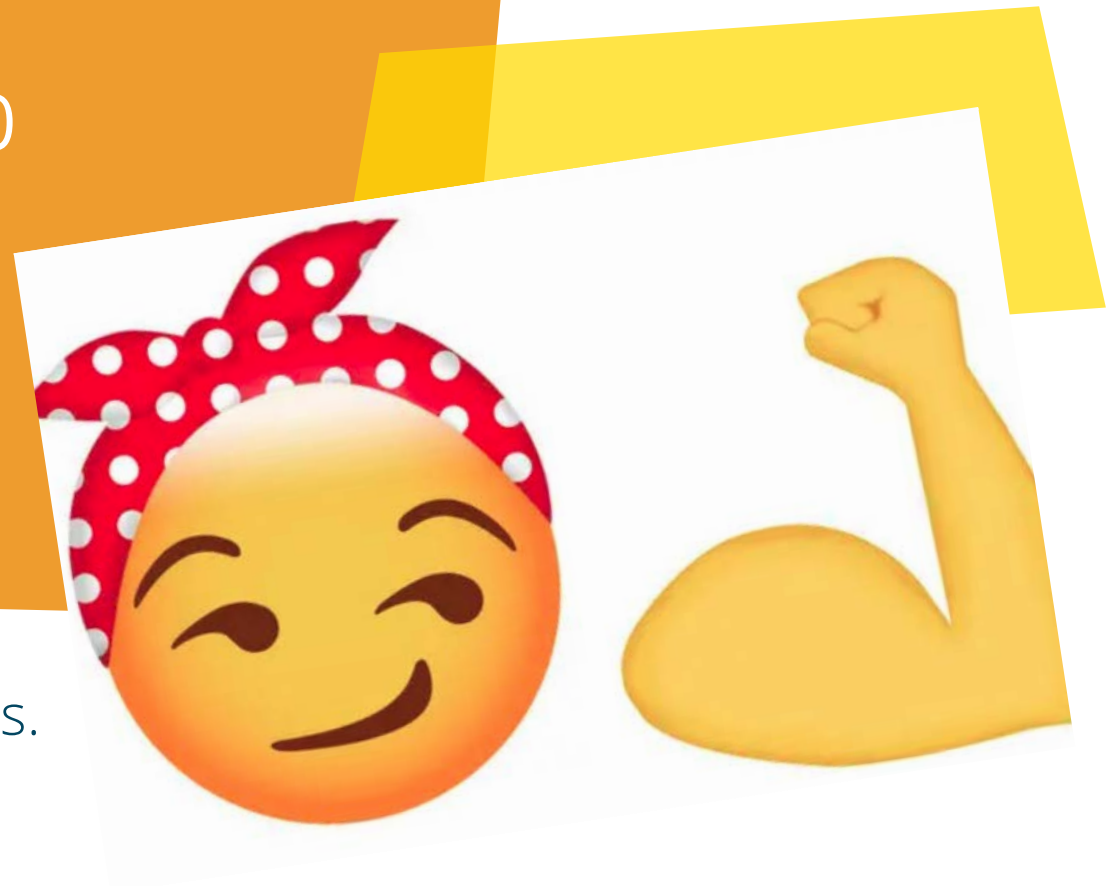
DIY, Checklisten, Tutorials...
Was braucht / sucht deine
Zielgruppe?

SCHAFFE **MEHRWERT**
FÜR DEINE ZIELGRUPPE!

EMOJIS

BRINGEN 50%
MEHR LIKES!

Sie erleichtern das Verständnis.
Ob ironisch, wortwörtlich,
fröhlich oder besinnlich!





«Was denkt ihr über...?»
«Wer kennt diese Situation?»
«Was sind eure Tipps?»

SCHÜRE NEUGIER!
STELLE FRAGEN!

CALL TO ACTION: SAG, WAS ZU TUN IST!

Likes, Shares,
Kommentare...?



WAS FÖRDERT DENN INTERAKTIONEN?



DU WILLST MEINUNGEN UND ANTWORTEN? **DANN FRAG!**



NUN BIST **DU** DRAN!



TEXT: ÜBERARBEITE DEINEN TEXT, WARUM DEINE ZIELGRUPPE ZU DIR KOMMEN MUSS.

Reduziere. Ergänze Adjektive. Finde passendere Formulierungen.

BLOCK 3:

FOTOGRAFIEREN MIT DEM SMARTPHONE



WAS MACHT EIN
GUTES BILD AUS?



FOTOTECHNIK: **LICHT-ÄSTHETIK**

LICHT UND GEGENLICHT: SONNE IM RÜCKEN DES FOTOGRAFEN



LICHT UND GEGENLICHT: STIMMUNGSBILDER MIT GEGENLICHT



LICHT UND GEGENLICHT: PERFEKT, WENN'S SO AUSSIEHT!



LICHT UND GEGENLICHT: SO SIEHT OFT DIE REALITÄT AUS!



LICHT UND GEGENLICHT: DIE STIMMUNG MACHT'S



DIE KUNST DER KOMPOSITION



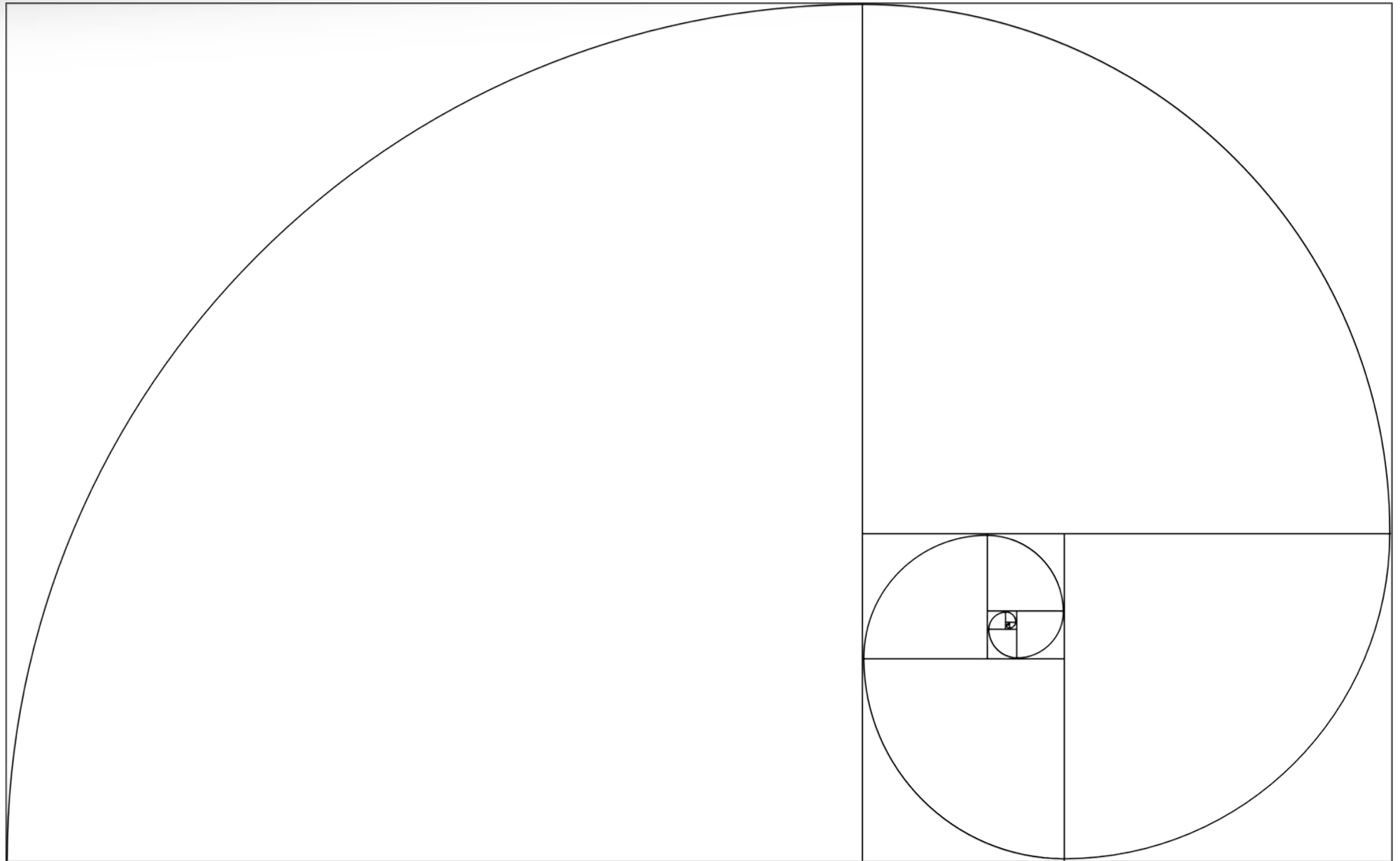
MOTIVPLATZIERUNG: **ZENTRIERTE PLATZIERUNG**



MOTIVPLATZIERUNG: **SEITLICHE PLATZIERUNG**



MOTIVPLATZIERUNG: **DER GOLDENE SCHNITT**



MOTIVPLATZIERUNG: **DER GOLDENE SCHNITT**



MOTIVPLATZIERUNG: **DER GOLDENE SCHNITT**



PERSPEKTIVE UND FOKUS: UNERWARTETE PERSPEKTIVEN



PERSPEKTIVE UND FOKUS: AUSSERGEWÖHNLICHER FOKUS

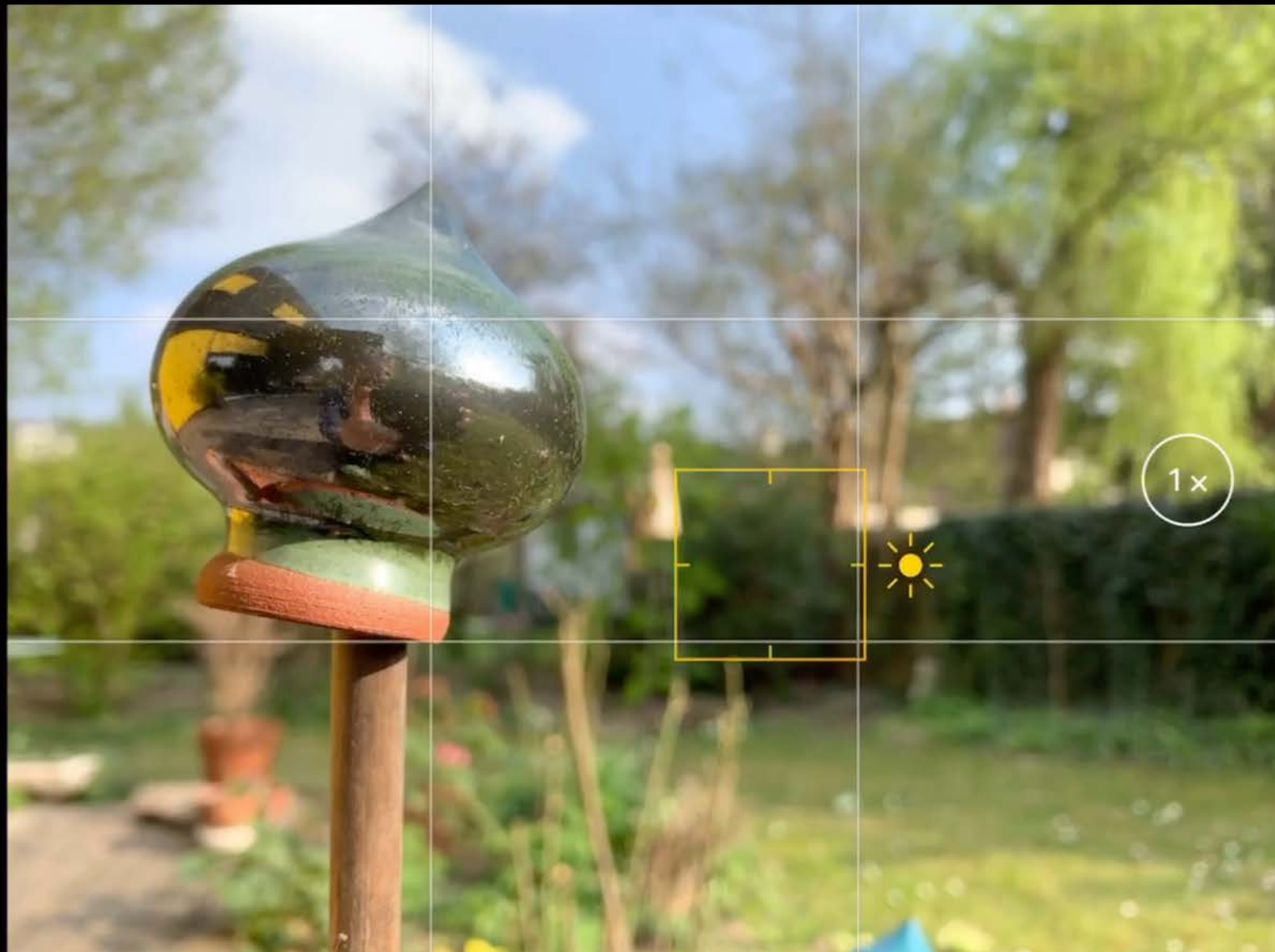


PERSPEKTIVE UND FOKUS: AUSSERGEWÖHNLICHER FOKUS



AUTOFOKUS & BELICHTUNG

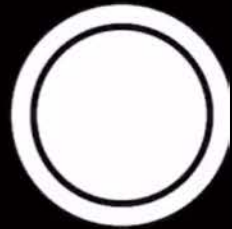
AF/AE-SPERRE BEIM FOTOGRAFIEREN



QUADRAT



PORTRÄT



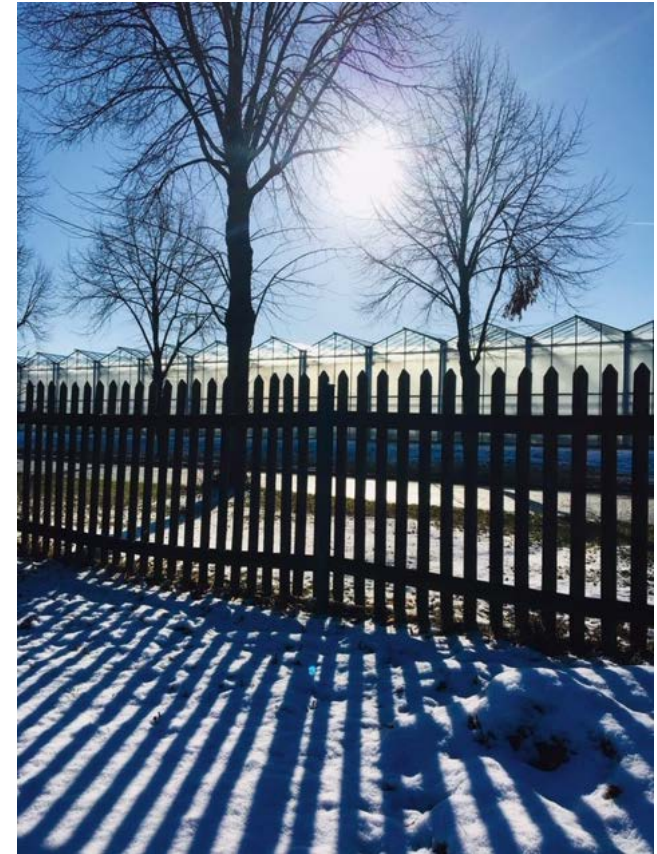
FOTO

VIDEO

SLO-MO



KOMPOSITION: GRAFISCHE BILDSPRACHE



JEDER MUSS SEINE EIGENE **BILDSPRACHE** FINDEN!



PRAXIS FOTOGRAFIEREN

Versuche dich nun an Fotos:

- im Quer- und Hochformat
- mit goldenem Schnitt
- mit aussergewöhnlicher Perspektive
- mit speziellem Fokus

Ziel: Dein Foto ist so gut, dass du es auf deinem Kanal postest und nachher der Runde zeigst!



FOTOGRAFIE: NICHT EINFACH KNIPSEN!

Hol mehr aus deiner Fotografie heraus:

- » Fokussiere händisch und arbeite mit Schärfe und Unschärfe (Porträt-Modus)
- » Achte auf die Auswahl des Bildausschnitts
- » Nutze eine spannungsreiche Perspektive und Komposition
- » Achte auf den goldenen Schnitt; aktiviere das Hilfsraster in der Smartphone-Kamera
- » Setze Beleuchtung als Gestaltungselement ein



UND JETZT ...
ACTION!

**Fotos per WhatsApp
in die Gruppe**



PRAXIS WIE WAR'S?

- Was hast du draußen erlebt?
- Was ging dir leicht von der Hand?
- Wo lagen die Herausforderungen?
- Deine Erkenntnisse?
- Hast du Fragen?

Hast du Fotos und Filme
gepostet und möchtest
sie uns zeigen?



BLOCK 4:

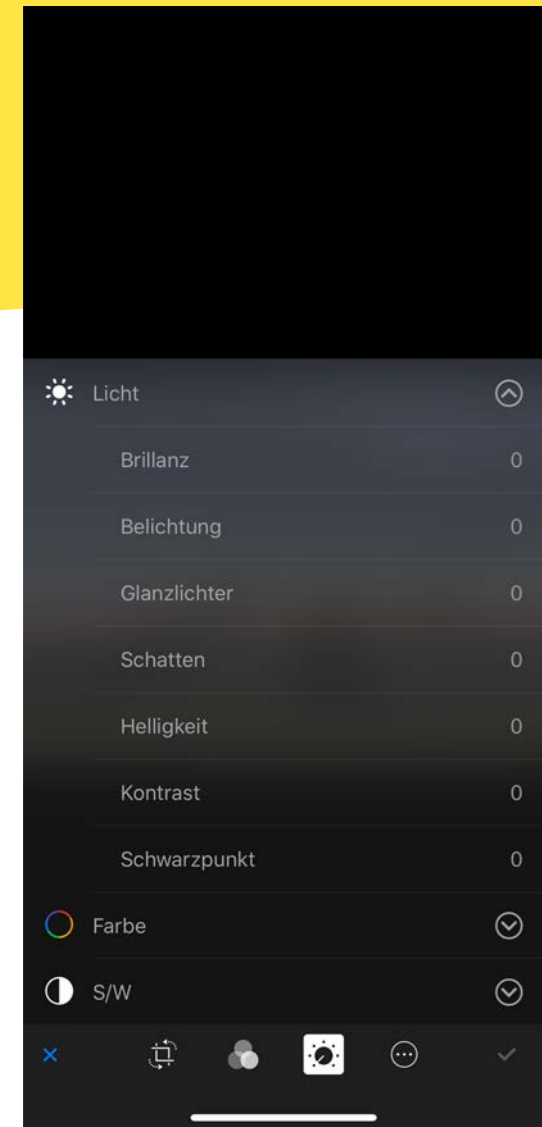
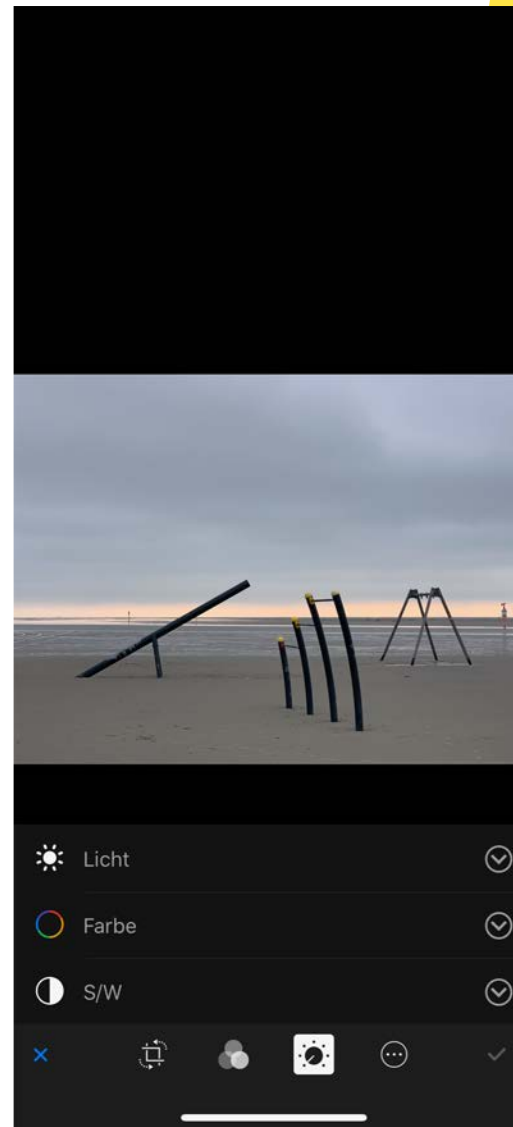
MOBILE BILDBEARBEITUNG

DIE TÜCKEN BEI DER MOBILEN FOTOGRAFIE



BILDBEARBEITUNG: DA GEHT NOCH WAS ...

- » Nachbearbeitung von Aufnahmen direkt am Smartphone
- » Bildbearbeitung mit Apps
- » Nachtfotografie:
 - » Android, iPhone 11: Nachtmodus
 - » iOS: NeuralCam (App mit künstlicher Intelligenz)

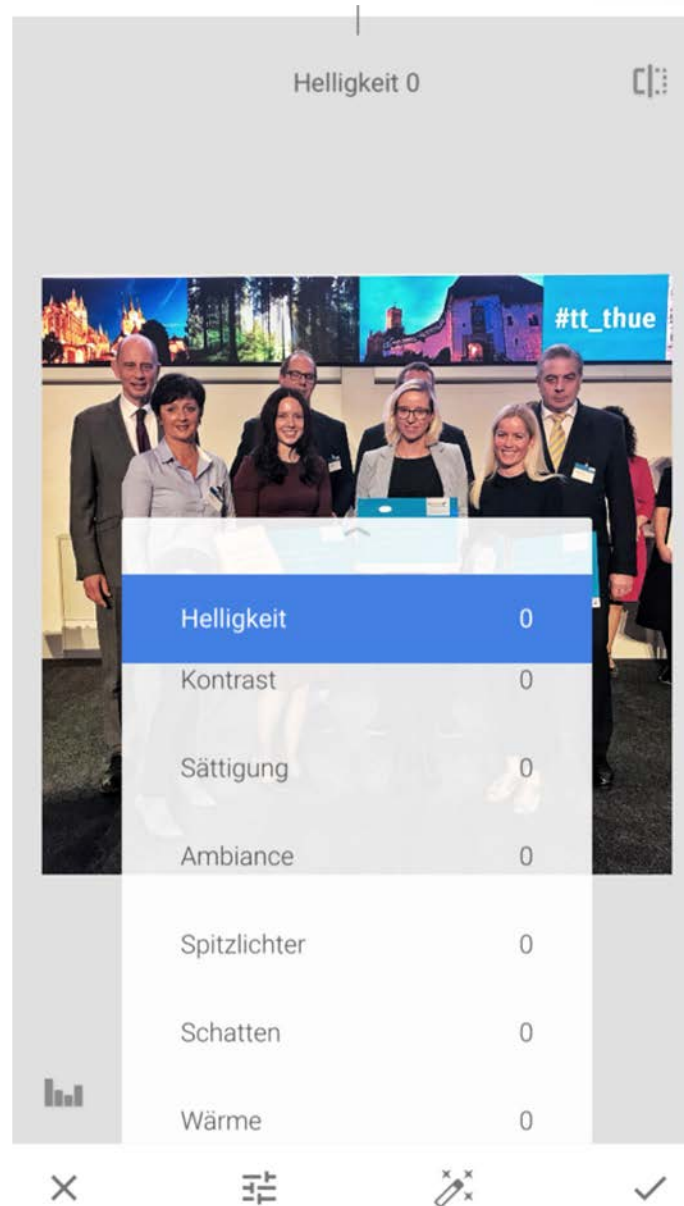
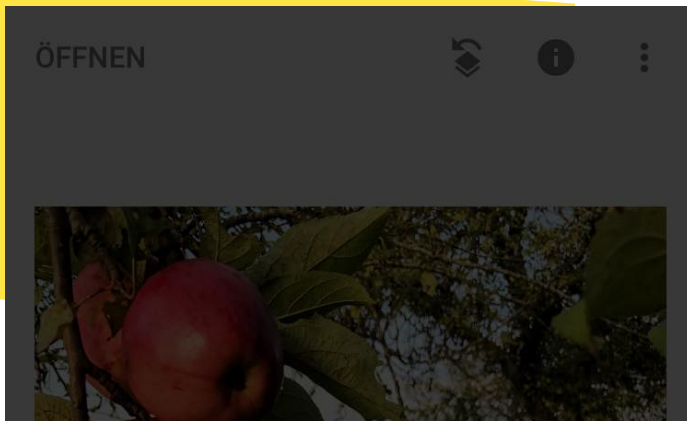






DA GEHT NOCH WAS ...
MOBILE **BILDBEARBEITUNG**

APP-TIPP: **SNAPSEED** (iOS, ANDROID)

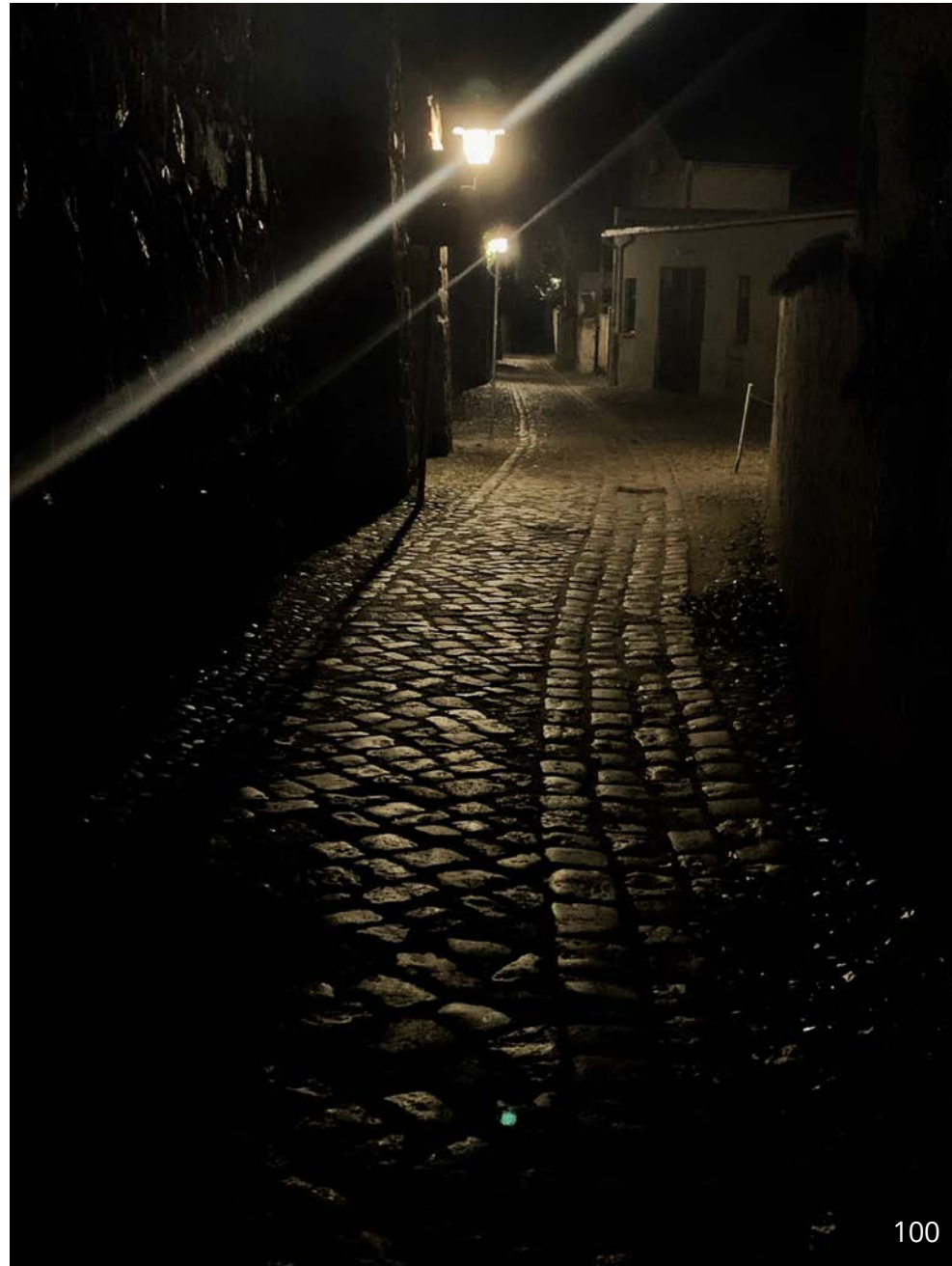


Snapseed (iOS, AND):

- » Foto-Editor aus dem Haus Google
- » Basics mit „Feinabstimmung“
- » Graduelle Filter
- » Sehr intuitive und schnelle Bedienung!



VERBESSERN DER **BILDQUALITÄT**



VERBESSERN DER **BILDQUALITÄT**





DEMO

BILDER
BEARBEITEN
MIT SNAPSEED



Lokales Bild öffnen



Kamera



Letztes Bild öffnen

UND JETZT ... **ACTION!**

**Fotos per WhatsApp
in die Gruppe**



BLOCK 5:

FILMEN MIT DEM SMARTPHONE



WARUM **MOBILES** STORYTELLING & VIDEO?

Buffer's Guide to Video Metrics



Facebook	Facebook Live	Instagram Video	Instagram Stories	Instagram Live	Snapchat Stories	Twitter Video	Periscope	YouTube
3 SECONDS OR MORE	3 SECONDS OR MORE	3 SECONDS OR MORE	UPON OPENING	UPON OPENING	UPON OPENING	3 SECONDS OR MORE	UPON PRESSING PLAY <small>Periscope counts viewers, rather than views.</small>	30 SECONDS OR MORE
YES	YES	YES	YES <small>BETWEEN STORIES</small>	NO	YES <small>BETWEEN STORIES</small>	YES	YES <small>WHEN LIVE ON TWITTER</small>	YES <small>AFTER A VIDEO ENDS ANOTHER AUTO-PLAYS</small>
YES <small>IF UNDER 30 SECONDS</small>	YES <small>IF UNDER 30 SECONDS</small>	YES	NO	NO	NO	YES <small>IF UNDER 6.5 SECONDS</small>	NO	NO

- » Facebook Video
- » Facebook Live
- » Instagram Video
- » Instagram Stories
- » Instagram Live Video
- » Snapchat Stories
- » Twitter Video
- » Periscope
- » YouTube



YOUTUBE: DAS VIDEO-NETZWERK

- » YouTube: lange DIE Leitwährung für Video-Content im Web
- » Stärkere Konkurrenz durch Facebook Video, Kurzvideos und Liveformate
- » Wichtigste Plattform für touristische High-End-Filme
- » Gut produzierte Informationen als Videos
- » Zielgruppe: Jugendliche 14-29 J., aber: ebenso klassische Onliner
- » Zweitwichtigste Suchmaschine nach Google
- » Positiver Einfluss auf Suchmaschinenoptimierung
- » Playlists anderer Videos

TRENDS: MEHR AUFMERKSAMKEIT FÜR **BEWEGTBILD & ECHTZEIT-CONTENT**



Bewegtbild in sozialen Medien:

- » Facebook: Video-Content im Newsfeed-Algorithmus bevorzugt; Facebook Live, Stories
- » Instagram: Stories & Livestream; längere Spielzeit mit IGTV (60 Minuten)
- » Snapchat: „Erfinder“ des Story-Formates
- » YouTube: Experiment mit Stories
- » TikTok: Neue Standards für Kurzvideos
- » Twitter: Video-Content für Infos & Nachrichtenfeeds
- » LinkedIn: Upload von Smartphone-Videos auch im B2B Bereich



FILMEN MIT DEM SMARTPHONE

PRAXIS

FILMEN MIT SMARTPHONE

Bewege dich durchs Gelände, filme
Schwenks und nimm dabei andere
Teilnehmer auf!

#MODELLE #VIDEOQUALITÄT
#TONQUALITÄT #LICHT



UND JETZT ... **ACTION!**



PRAXISTIPPS FÜRS FILMEN MIT DEM SMARTPHONE

Worauf solltest du achten?

- » Bemühe dich um ruhige Kameraführung. Achte auf guten Stand und halte das Smartphone mit beiden Händen fest.
- » Filme nicht einfach los, sondern stelle Fokus und Belichtung manuell ein.
- » Achte auf eine gute Ausleuchtung von Personen! Bei Gegenlicht geraten Gesichter oft zu dunkel.
- » Verwende für eine bessere Tonqualität sowie bei Umgebungslärm ein Handmikro oder Ansteckmikro („Lavaliermikro“). Alternativ kannst du auch einfach das Mikrofon deines Kopfhörers am Kragen befestigen.
- » Kameranews sind in der Regel viel zu schnell! Bewege nicht die Hände, sondern den Oberkörper. Achte auf eine gleichmäßige Bewegung und folge ggf. Objekten im Bild („passiver Schwenk“).
- » Erzeuge (wie beim Fotografieren) Spannung durch eine dynamische Bildkomposition.
- » Vermeide Ein- und Auszoomen – es gelingt am Smartphone niemals stufenlos.
- » Achte auf die Anfangsszene – die ersten drei Sekunden entscheiden!

PERFEKTION VS. **AUTHENTIZITÄT**



AUTHENTIZITÄT DURCH ERLEBNISSE AUS ERSTER HAND



 **Günter Exel**
13. März 2018 · Bearbeitet · 

Ammerländer Löffeltrunk

„Ick seh di“ – „Dat freit mi“

„Ick sup di to“ – „Dat do“

„Ick heb di tosapen“ – „Hest'n Rechten drapen“

Ihr versteht Bahnhof? Das ist der Trinkspruch zum traditionellen Ammerländer Löffeltrunk. Wer bei Spieker den Zwischenahner Smootaal bestellt, kommt um dieses ostfriesische Ritual kaum herum ... Meine Ankunft im Ammerland ist jedenfalls schon vielversprechend! 😊 #EnjoyGermanFood – hier: Spieker Ammerländer Bauernhaus.

 Video markieren  Bearbeiten

2.606 Aufrufe

   1 12 Kommentare 1 Mal geteilt 2.606 Aufrufe

   4 Kommentare 21 geteilte Inhalte

4 Kommentare 21 geteilte Inhalte

AUTHENTIZITÄT VS. **TECHNIKMÄNGEL**



PROBLEM NR. 1: SCHLECHTER TON

Claudius Rajchl hat Rajchl Reists Live-Video geteilt.
2 Std. · €

Hier könnt ihr mir beim Job zusehen. Sonne, Strand und Meer inklusive...



150 Aufrufe

Rajchl Reist war live.
2 Std. · €

Aus dem Alimounda Mare Hotel Karpathos

Gefällt mir · Kommentieren · Teilen · Hootlet
Buffer

Du, Sylvia Zengerer, Brokertravel Franz Vtelensky und 5 weitere Personen

Hans Leprich die Dame von TUI versteht man leider sehr schlecht !!
Gefällt mir · Antworten · 2 Std.

Claudius Rajchl Da haben Sie recht, wir arbeiten daran... demnächst gibt's ein neues Video
Gefällt mir · Antworten · 1 · 2 Std.

Alex Hohenthauer hat Restplatzboerse.ats Live-Video geteilt.
1 Std. · €

Erster Live-Einstieg aus dem neu-gebauten Studio/Meetingraum. Ziemlich nerve-wrecking, hat aber recht gut geklappt im Großen und Ganzen.... 😊



1.272 Aufrufe

Restplatzboerse.at war live.
1 Std. · €

Restplatzbörse TV - die besten Angebote live!

Alle Hotels findet ihr natürlich auf www.restplatzboerse.at

Dominik Fenzl Coole Idee!
Der Ton ist aber nicht besonders prickelnd - vielleicht könntets da noch etwas drehen.

Gefällt mir · Antworten · 1 · 59 Min

Alex Hohenthauer hab eh schon mit extra mikro gedreht, vielleicht muss ich da noch investieren....

Gefällt mir · Antworten · 1 · 59 Min

Alex Hohenthauer ich glaub ich nehm ein Anstreckmikro

Gefällt mir · Antworten · 2 · 52 Min

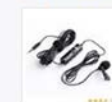
Alan Rulc Alex Hohenthauer, hier ein paar (fast) kostenlose investitionen.

Ist das Mikro auf der Kamera? Da der Schalldruck quadratisch abfällt (=zuerst sehr stark, dann sehr langsam) lohnt es sich am meisten, das Mikro so nah wie möglich an den Sprecher zu bringen. Weniger als ein Meter sollte es schon sein. Dadurch verschwimmt deine Stimme nicht mit dem Hall des Raumes.

Der nächste Schritt wäre den Hall des Raumes zu dämmen. Ist die Kamera direkt mit dem Rücken zur Wand? Wenn du in eine Wand hineinspricht dann halt sie gleich zurück. Versuch mal die Wände mit alten Decken o.ä. abzuhängen. Das schluckt den Schall.

Gefällt mir · Antworten · 1 · 51 Min

Dominik Berger Alex Ich kann dir das hier empfehlen:
https://www.amazon.de/Lavalie.../dp/B000FSE5RM/ref=sr_1_6...



Boya Lavalier-Kondensatormikrofon
Klip Lavalier-Kondensator...

AMAZON.DE

Gefällt mir · Antworten · 1 · 49 Min

Alex Hohenthauer Dominik, na dann werden wir uns das besorgen!

Gefällt mir · Antworten · 1 · 49 Min

Armin Fauland würde unbedingt ein Wireless Lösung empfehlen
https://www.thomann.de/at/sennheiser_ew_112p_g3eband.htm...



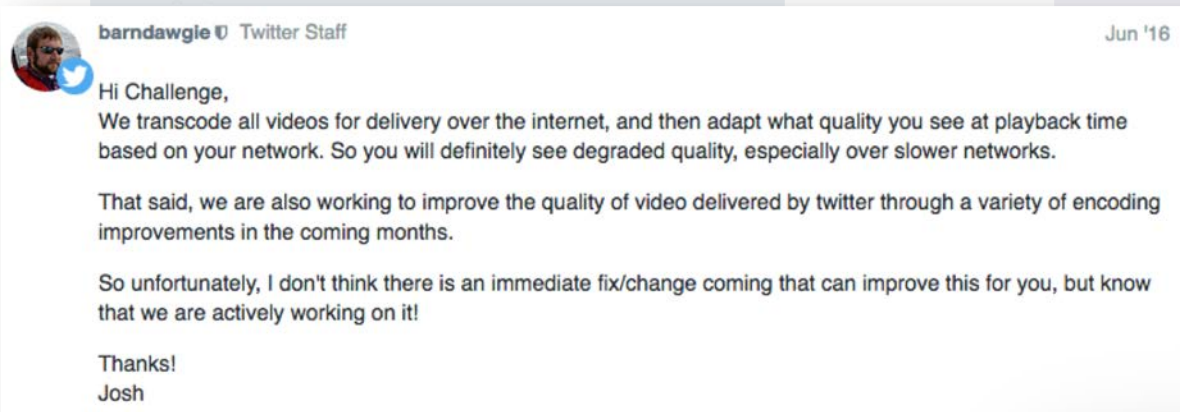
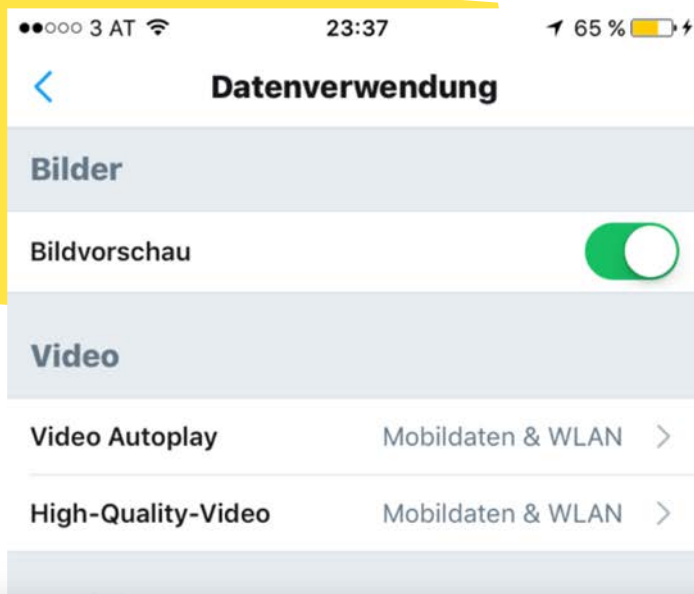
Sennheiser EW 112-P G3 / E-Band

Sennheiser EW 112-P G3 / E-BAND, UHF
Wireless System mit Bodypack (SK 100 G3)...

THOMANN.DE

- » Live-Situationen verzeihen viele, aber nicht alle Fehler
- » Guter Ton ist essentiell!

PROBLEM NR. 2: AUFLÖSUNG



- » Twitter: Videoqualität abhängig von Netzqualität!
- » Facebook: „HD hochladen“

PROBLEM NR. 3: **HARDWARE**



- » Entwicklung der Smartphones
- » Qualitätssprünge bei Video, Beleuchtung, Bildstabilisierung!

FILMEN MIT DEM SMARTPHONE: **DAS OPTIMALE SETUP**



Licht, Hintergrund, Mikrofon, Stativ ...
Keine Angst, es geht auch einfacher!

EQUIPMENT: DER GEWISSE UNTERSCHIED

- » Handmikro für Smartphone (Achtung auf den Adapter!)
- » Ansteckmikro (Lavaliermikro) – für einen, aber auch für zwei Sprecher!
- » Stative – bereits zu niedrigen Einsteigerpreisen
- » Gimbals für den Kameraschwenk per Hand: immer leistbarer – DJI Osmo 3

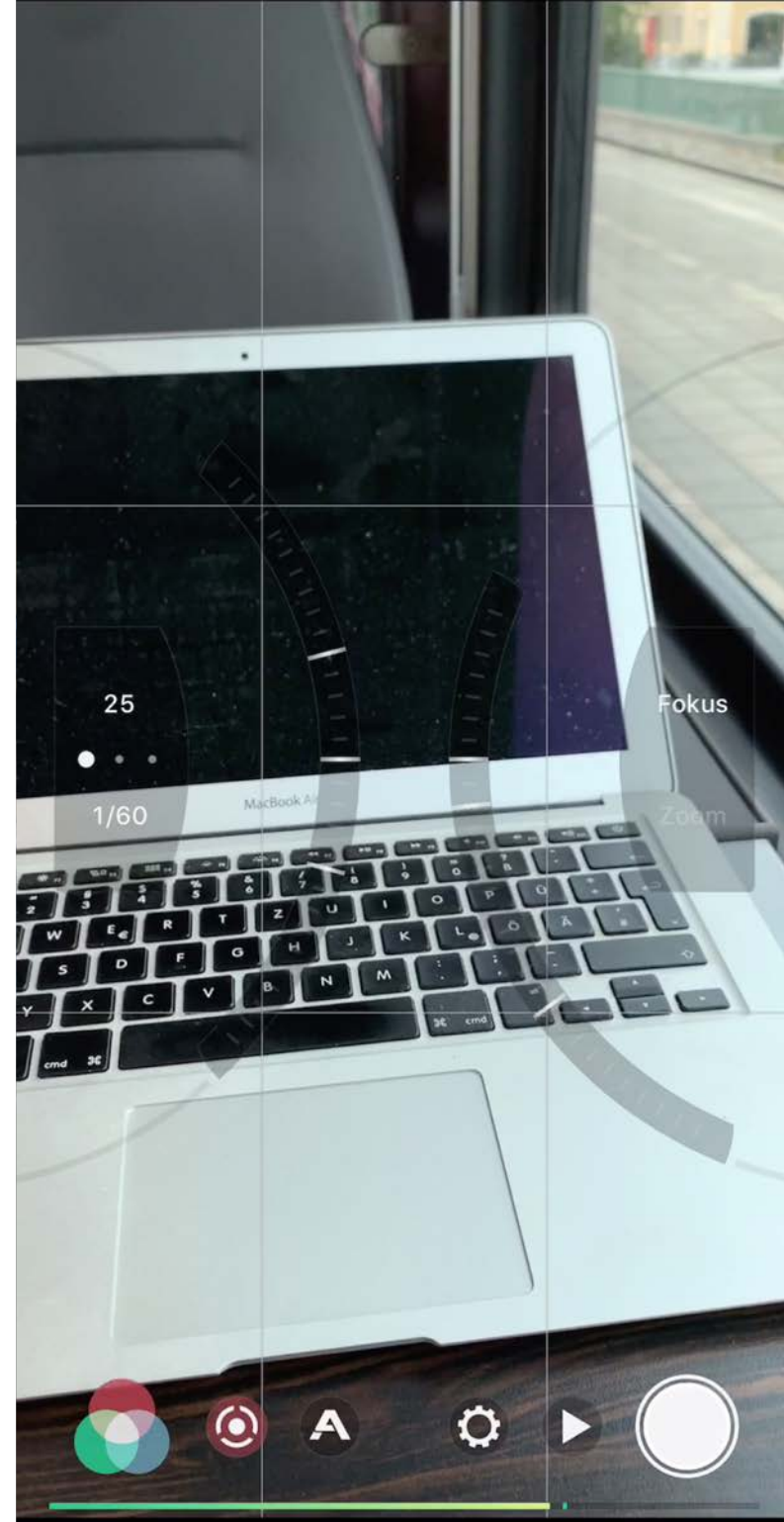




VIDEO-APPS:
DA GEHT NOCH MEHR!

VIDEO: DA GEHT NOCH MEHR!

- » Editieren in der Nachbearbeitung:
 - » **iOS 13:** Neuer Modus zum Editieren von Videos (Rotieren, Beschneiden, Einstellungen)
- » Einstellungen direkt bei der Aufnahme:
 - » **Filmic Pro** (iOS: € 16,99, Android: € 12,99):
Einstellen von Blende, Fokus, Zoom, Weißabgleich ...



ONE MORE **THING ...**





DEMO

FILMIC PRO (iOS, AND)

Professionelle Kamera-App fürs Smartphone, mit der sogar Top-Regisseure Filme am iPhone drehen!



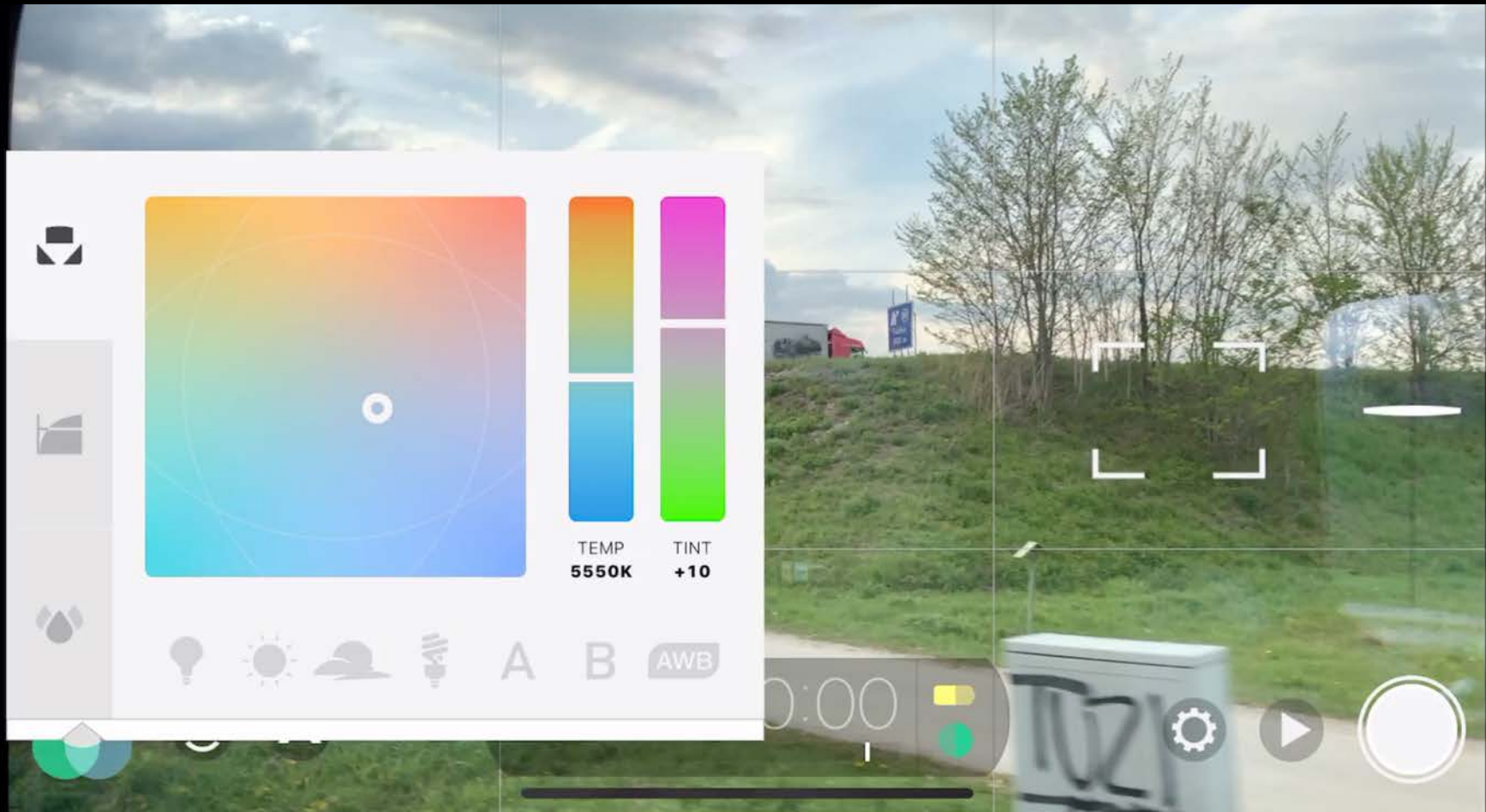
LANG LEBE DER WEISSABGLEICH!



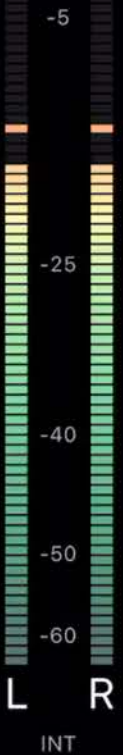
EINSTELLEN UND SPEICHERN DES WEISSABGLEICHS MIT FILMIC PRO

FQ
543m

5550 K
TEMP



-14.22 dB



UND JETZT ... **ACTION!**



PRAXIS

FILMEN IN DER BEWEGUNG

Filme einzelne Clips in der Umgebung,
die du für deinen Filmschnitt benötigen
kannst. Variiere:

- Kamerafahrten und Schwenks
- Interview in der Bewegung (Partner)
- Achte auf Lichtwechsel!

#BEWEGUNG #STABILISIERUNG
#BELEUCHTUNG #GIMBAL



UND JETZT ... **ACTION!**



**Videos per WhatsApp
in die Gruppe**

BLOCK 6:

MOBILER FILMSCHNITT

MOBILER SCHNITT: VERMITTELN VON STIMMUNG



MOBILER SCHNITT: ERZÄHLEN VON GESCHICHTEN

*Air Partner
International GmbH
Melanie Cernantsky*

#AccorInspiringMICE



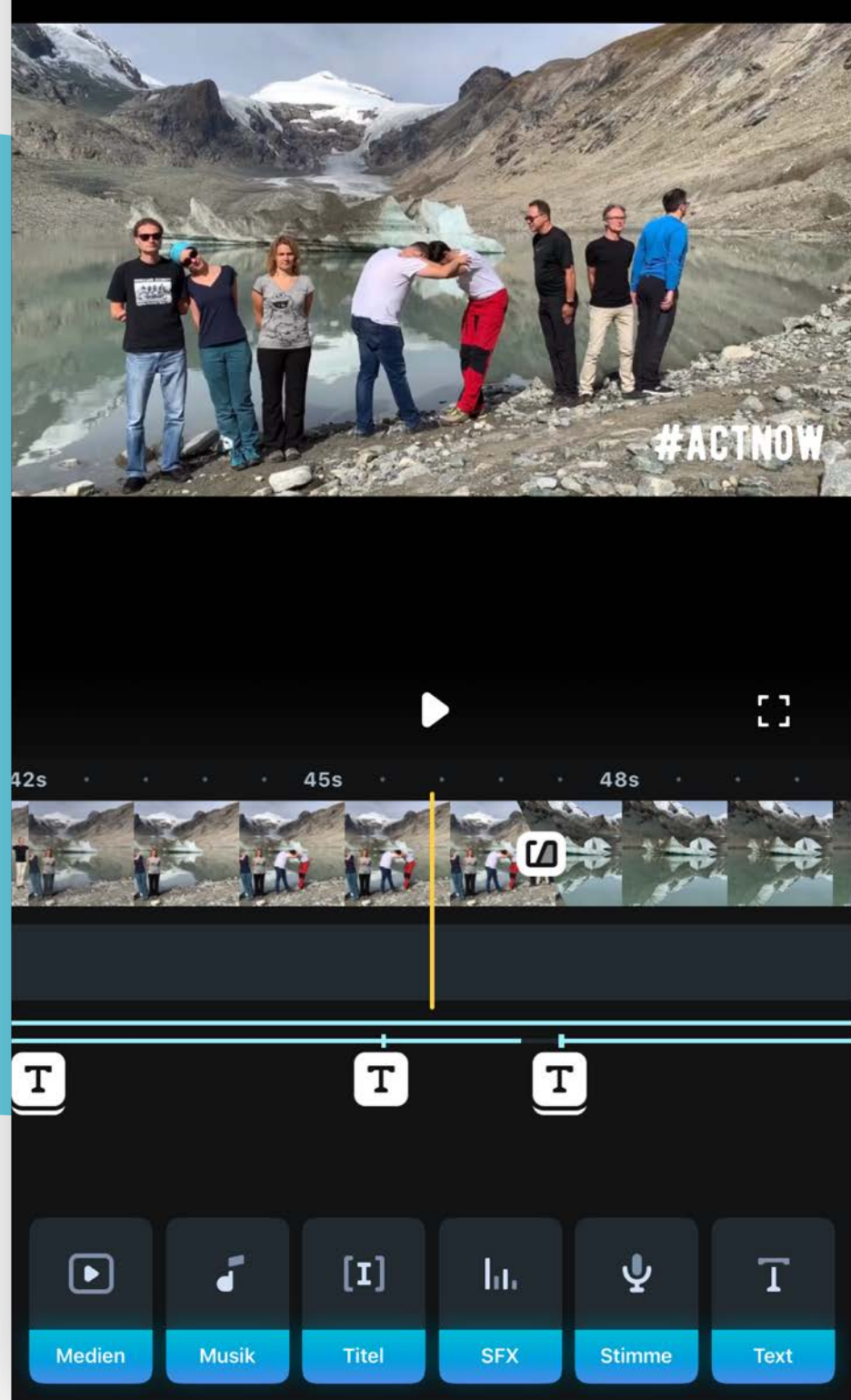


MOBILER **FILMSCHNITT** AM SMARTPHONE



DEMO SPLICE (iOS)

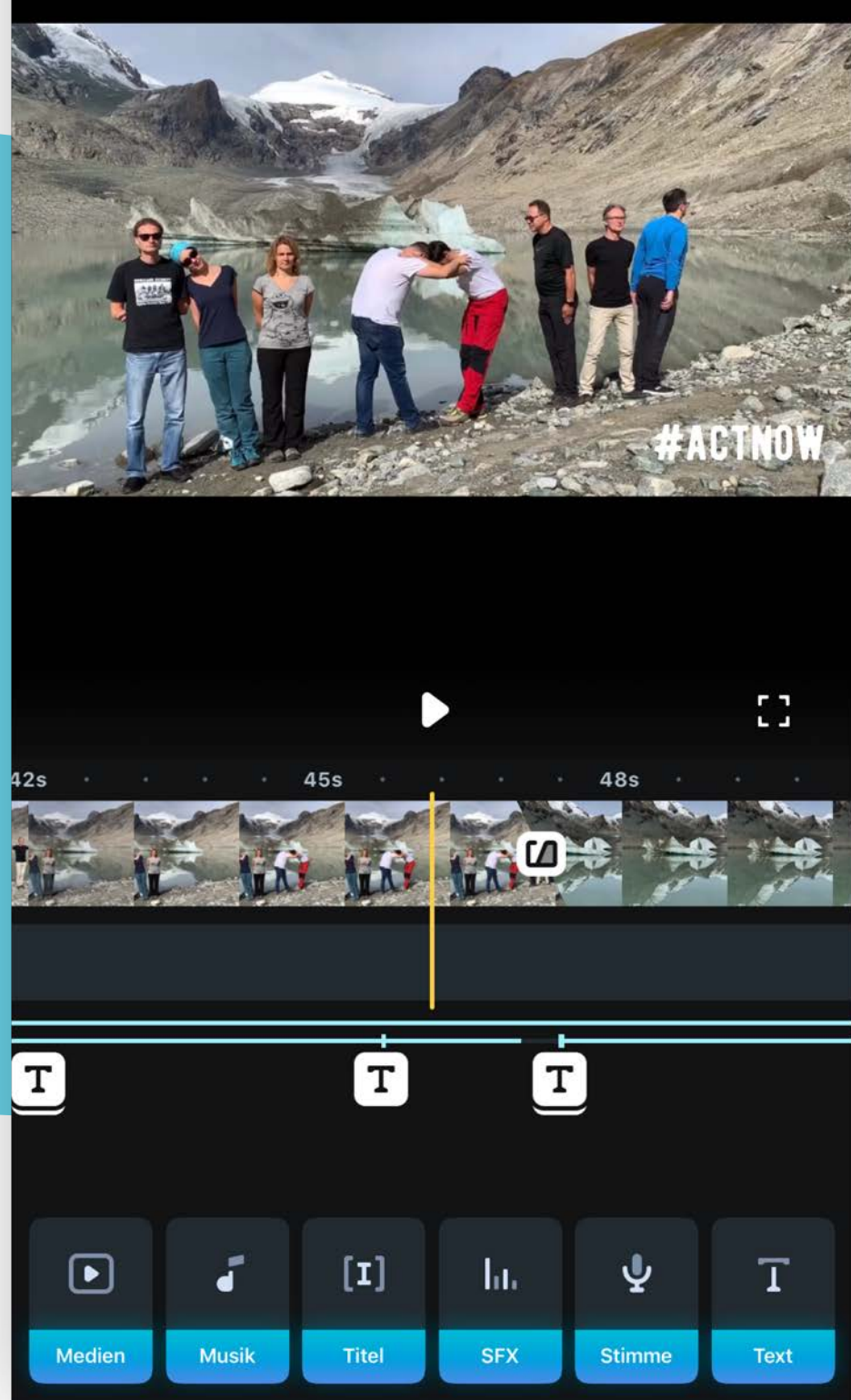
Sehr intuitive und schnelle
Bedienung – optimal für
den Liveeinsatz!





DEMO SPLICE (iOS)

Sehr intuitive und schnelle
Bedienung – optimal für
den Liveeinsatz!



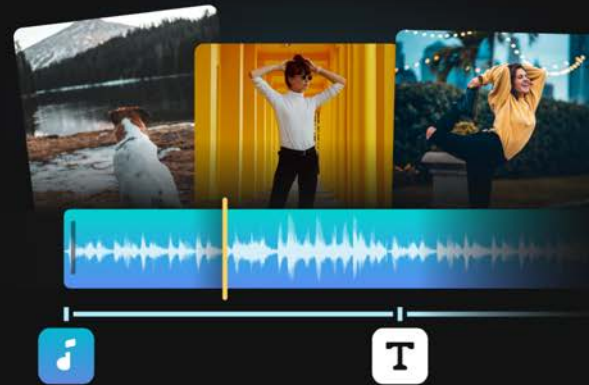
VIDEO-ABO

VORSICHT BEI ABO-MODELL!

Keine Testversion aktivieren,
die nach einer Woche in
Abo übergeht! Mit „X“
(rechts oben) wegklicken!

11:59

4G



Erhalte Zugang zu
Splice Pro

Fortfahren
€ 2,99 / Woche

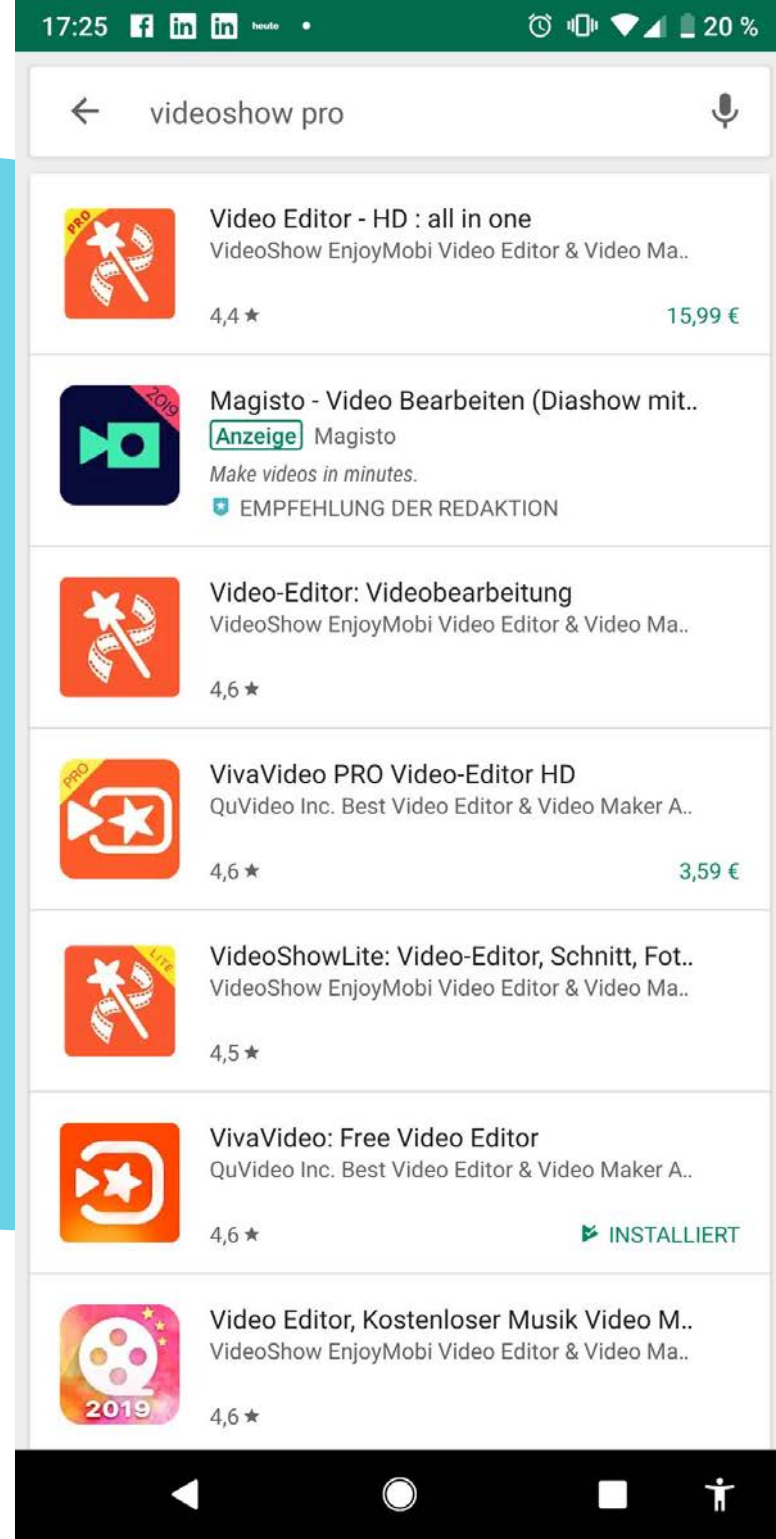
Noch nicht sicher? Kostenlose
Testversion aktivieren



Bereits gekauft?

VIDEO-ABO AUCH BEI ANDROID

Keine In-App-Käufe mit Abo-Modell vornehmen, sondern bei Interesse gleich kostenpflichtige Version laden!



ANDROID: VORSICHT ABOFALLE!

17:17 21 %

VivaVideo VIP

Zugriff auf erweiterte Funktionen & mehr als 300 Premium-Materialien

Neue Materialien werden jede Woche hinzugefügt



58% OFF

31,08 € **12,99 €**
12 Monate

Kostenlose Probeversion

Wiederherstellen

X

VIP-Privileg

Wiederherstellen

Erstelle Videos mit deinen eigenen VIP-Funktionen und Materialien.



3 Tage gratis



Vivavideo, Video Editor Pro (Video Show Pro):

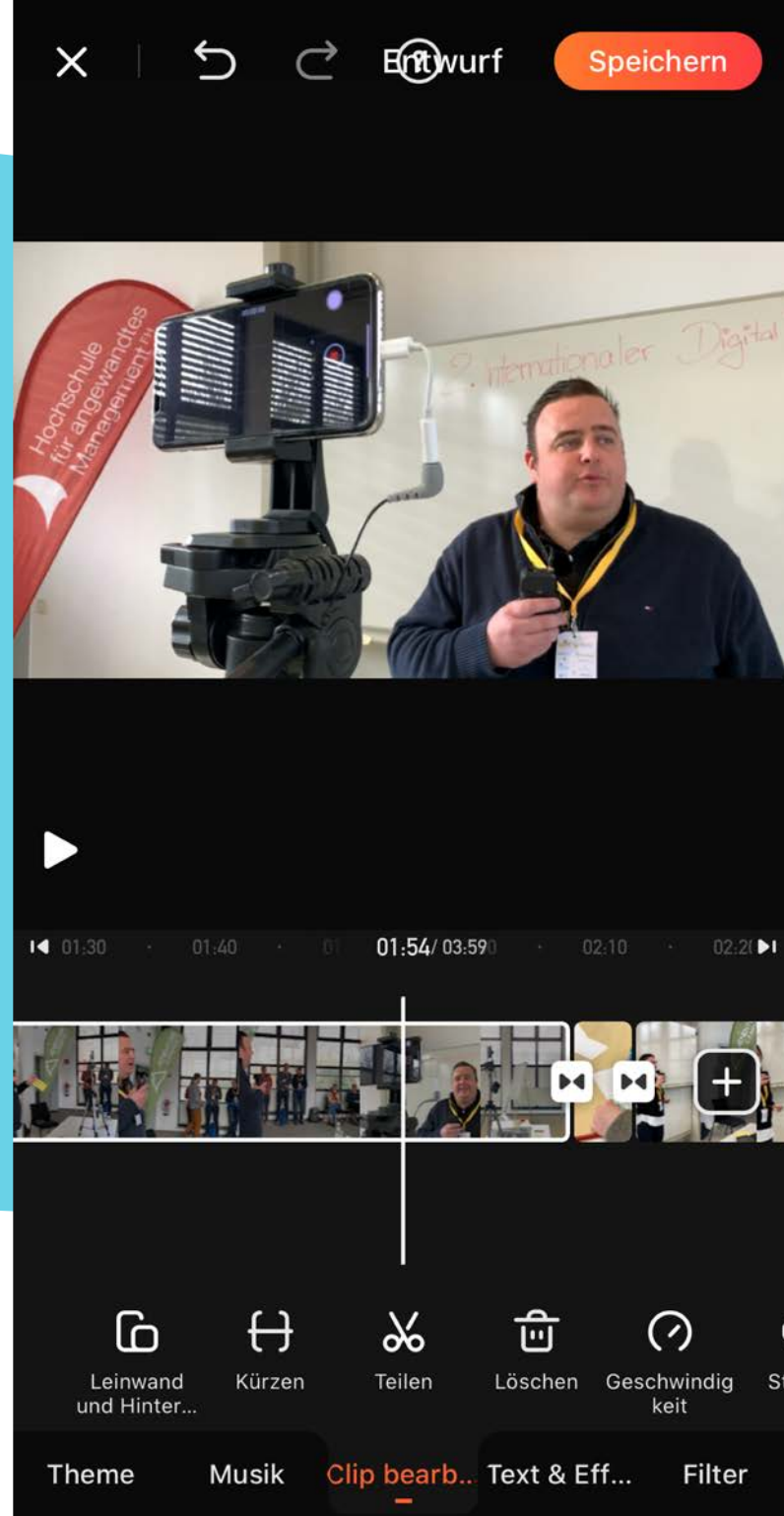
- » Vorsicht vor „Kostenlose Probeversion“, „3 Tage gratis“ etc.
- » Führt per Hintertür zum Upgrade!
- » Abo-Seiten per Klick auf „X“ schließen
- » Nach Alternative suchen (Pro-Version im Play Store)

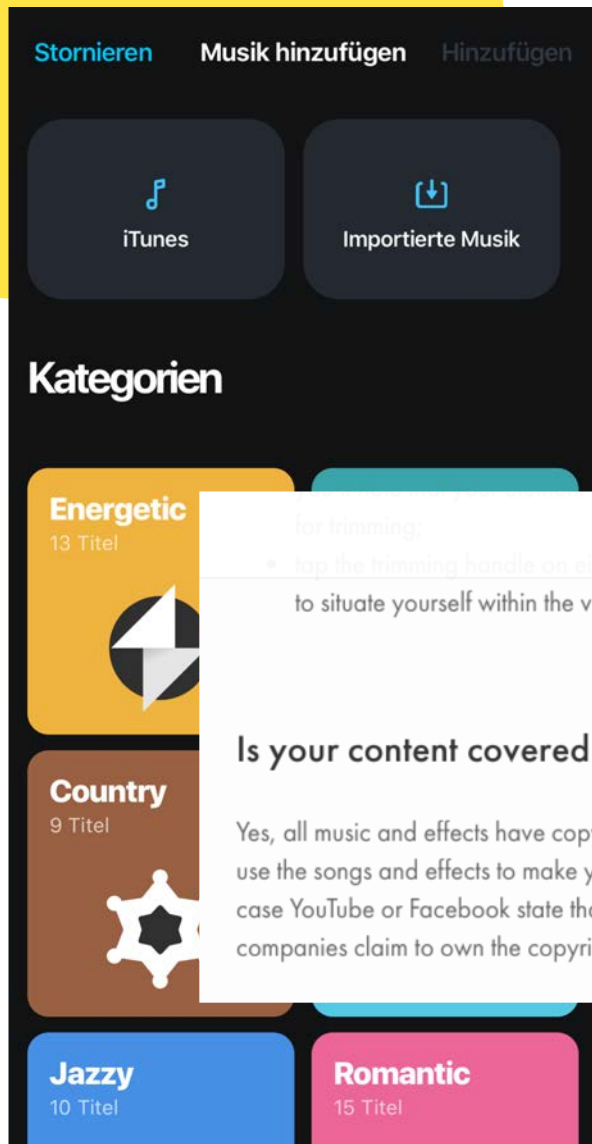


DEMO

VIVAVIDEO (iOS, AND)

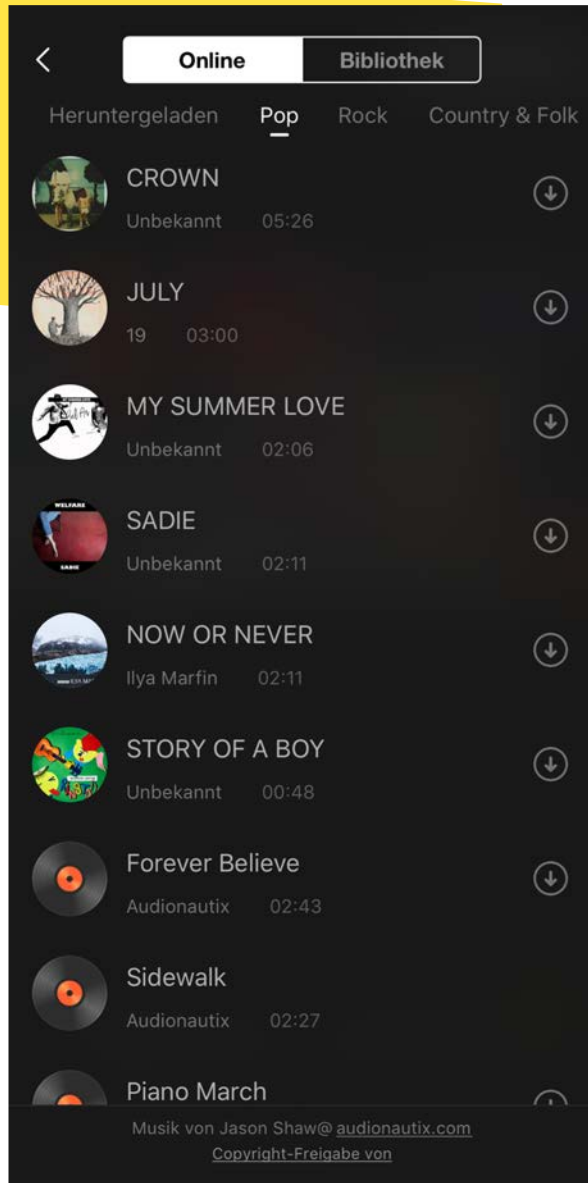
Wichtigste Tools zum
Editieren von Videos;
Vorlagen für
Videotemplates





Kommerziell vs.
nicht-kommerziell:

- » „You can use the songs and effects to make your videos great as long as it is not intended for commercial use“
- » Nur: Ist nicht jede Social Media-Präsenz bereits kommerziell?



Kostenfreie Musik
mit CC BY 3.0-Lizenz:

- » Musik von Audionautix auf Vivavideo: Nutzung für kommerzielle Zwecke
- » Credit: „music by Jason Shaw @ audionautix.com“

#AccorInspiringMICE
mice.accor-events.de



Music by Jason Shaw @ audionautix.com (CC BY 3.0)



Kostenfreie Musik
mit CC BY 3.0-Lizenz:

- » Musik von Audionautix auf Vivavideo: Nutzung für kommerzielle Zwecke
- » Credit: „music by Jason Shaw @ audionautix.com“

- » Material: Drehe mehrere längere Sequenzen (7-10 Sekunden) und wähle die besten Aufnahmen und Passagen
- » Anfangseinstellung: Achte auf eine starke Bildkomposition in der Anfangssequenz
- » Nimm bei Präsentationen und Interviews ein paar Bonus-Sekunden auf, um Vibrationen und Belichtungswechsel zu Start und Ende der Aufnahme herauszuschneiden können; Lächeln!
- » Unterstütze den Erzählstrang durch einen kontrastreichen, spannungsgeladenen Schnitt
- » Verwende je nach Dramaturgie kürzere (2 – 3 Sekunden) oder längere Sequenzen (Gesprächspassagen, Kamerafahrten)
- » Länge: Keine zu langen Videos speziell für Social Media! Nur in Ausnahmefällen mehr als 1 Minute

PRAXIS

MOBILER FILMSCHNITT

Schneide aus den von dir aufgenommenen Clips ein kurzes Video! Unterlege den Film mit geeigneter Musik!

#SCHNITT #KOMPOSITION
#DRAMATURGIE #DIALOG



UND JETZT ... **ACTION!**



**Videos per WhatsApp
in die Gruppe**



DREI MASSNAHMEN FÜR DEINEN CONTENT

DEINE PRAKTISCHE MASSNAHME 1

WELCHE **WUNSCH- KUNDEN** WILLST DU ERREICHEN?



- » Überlege dir, welche Gäste und Kunden du über deinen Content erreichen willst.
- » Lege für jeden deiner Wunschkunden eine eigene, idealtypische Persona fest.

DEINE PRAKTISCHE MASSNAHME 2

BESCHREIBE DEINEN WUNSCHKUNDEN ALS **PERSONA**



- » Gib jeder Persona einen Namen und stellen dir deinen Wunschkunden („Andrea“) genauer vor.
- » Mache dir Gedanken über ihre Werte und geeigneten Themen.
- » Beschreibe einige der im folgenden Blatt angegebenen Eigenschaften von Andrea!

DEINE PRAKTISCHE MASSNAHME 3

WELCHE **GESCHICHTE** ERZÄHLST DU FÜR DEINE PERSONA?



- » Finde Ansätze für Geschichten, die deine Persona interessieren könnten:
 - » Protagonisten (Akteure der Handlung)
 - » Plots (einzelne Geschichten)
 - » Perspektive (Setting als Gaste oder Anbieter)

WAS: WELCHE GESCHICHTEN ERZÄHLST DU FÜR DEINE PERSONA?

- » WERTE (übernehmen):
- » THEMEN (übernehmen):
- » PROTAGONISTEN:
- » PLOT:
- » PERSPEKTIVE:



FEEDBACK-RUNDE:
www.j.mp/cottbus-fb

SEI KREATIV – UND HAB SPASS!

- » Experimentiere mit Formaten!
- » Überrasche deine Zuseher, Fans und Freunde!
- » Zeige Menschen in dem, was sie tun – und fange ein Lächeln ein!





HERZLICHEN
DANK!

GÜNTER EXEL

TOURISMUSZUKUNFT



Tourismusakademie: www.tourismuszukunft.de/akademie