

3.8 YouTube im Fokus

Inhalte, Technik und die richtige Botschaft.

Kathleen Ziemann, *betterplace lab*

YouTube ist neben Google die zweitgrößte Suchmaschine der Welt. Wenn du sicherstellen möchtest, dass die Inhalte deiner NPO gut zu finden sind, dann solltest du auch die Video-Plattform nutzen. Das ist natürlich vor allem sinnvoll, wenn du Videos hast, die du auch zeigen möchtest. Hier die wichtigsten Tipps aus dem YouTube-Playbook-Guide für gemeinnützige Organisationen.

1. Richte deiner NPO einen YouTube-Kanal ein. Das ist kostenlos. Du brauchst aber ein Google-Konto dafür.

- Achte darauf, dass die Kanalbeschreibung vollständig ist und du deine Website und andere Social-Media-Kanäle verlinkst.
- Ein gutes Profilbild (z. B. euer Logo) und Titelbild (z. B. ein Bild von eurer Arbeit) sind selbstverständlich.
- Wähle ein aussagekräftiges „Begrüßungsvideo“ (Kanalvideo). Auch wenn nicht alle Videos auf deinem Kanal professionell sein müssen, dieses Video sollte besonders sorgfältig produziert sein. Es sorgt für den ersten Eindruck.
- Du kannst über einzelne Playlists mit aussagekräftigen Titeln (z. B. „Berichte aus unserem Kunstprojekt“) deinem Kanal noch mehr Übersichtlichkeit verleihen.

2. Lade deine ersten Videos hoch. Jedes Video sollte folgende Informationen enthalten:

- Titel: aussagekräftig und mit entsprechenden Keywords versehen.
- Beschreibung: Was ist zu sehen? Wer spricht? Usw. Außerdem sollte unter jedem Video deine NPO noch mal kurz beschrieben werden. Füge auch einen weiterführenden Link in die Beschreibung ein.
- Tags: Unter welchen Stichworten soll dein Video gefunden werden? Füge sie hinzu.
- Call to Action: Du kannst per Video-Manager Anmerkungen (z. B. Sprechblasen oder Notizen) in das Video einfügen. Sie sollten einen Link und eine klare Handlungsaufforderung enthalten (z. B.: „Unterschreibe diese Petition“).
- Thumbnail: Wähle ein Vorschaubild, das vorteilhaft ist. YouTube bietet dir drei Bilder zur Auswahl.

3. Verbreite deine Videos.

Du solltest deine Videos auch per Newsletter, Facebook, Twitter usw. verbreiten. Geh nicht davon aus, dass deine Unterstützer regelmäßig in deinen YouTube-Kanal schauen.

4. Beispiele deinen Kanal.

Ziel deiner YouTube-Präsenz sollte es sein, einen nachhaltigen Kanal aufzubauen. Das heißt, du solltest dir Formate überlegen, die du regelmäßig veröffentlichst (z. B. ein Projekttagbuch oder einen Jahresfilm). Außerdem ist es sinnvoll, interessante Videos anderer Akteure aus deinem Themenbereich über deinen Kanal zu teilen. So schaffst du für deine Nutzer einen Mehrwert.

→ Mehr unter: www.youtube.com/nonprofits

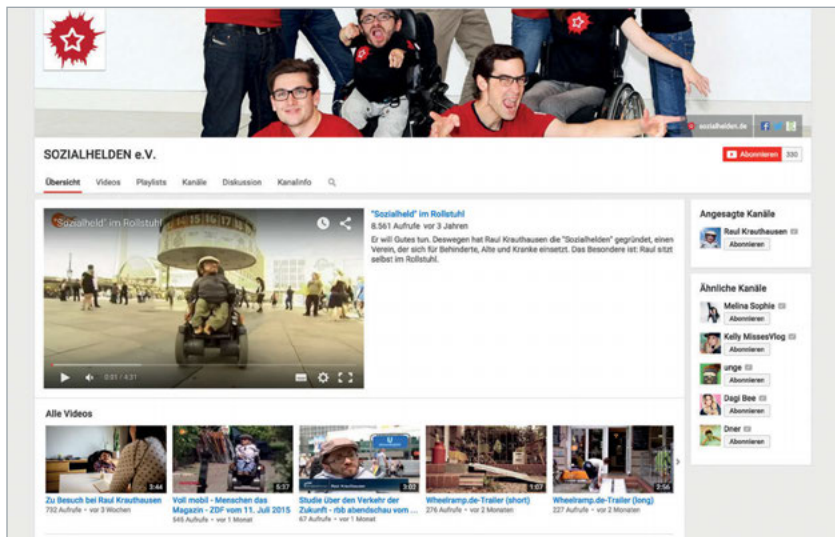


Abbildung 19: Die Sozialhelden posten auf ihrem YouTube-Kanal auch Beiträge aus Fernsehsendungen, in denen sie vorgestellt werden. So gibt es immer wieder frisches Material für den Kanal.



Abbildung 20: Die NPO Masifunde lässt auf ihrem YouTube-Kanal auch Begünstigte zu Wort kommen und hat ein besonders liebevolles Begrüßungsvideo ausgesucht.

Gute Videos: Tipps für Konzept, Dreh und Schnitt

Weil Videos als Format im Internet immer häufiger gesehen und gegenüber Textbotschaften oft bevorzugt werden (weil leichter „verdaulich“), findest du hier die wichtigsten Tipps, mit denen auch du ohne großen Aufwand ein gutes Video für deine Organisation drehen kannst.

1. Planung

Für dein Konzept reichen schon ein paar Stichpunkte, damit du den roten Faden während des Drehs nicht verlierst. Frag dich – und zwar immer wieder:

- Was will ich wem erzählen, um Unterstützer für mein Fundraising zu gewinnen?
- Welche Kernaussage will ich mit meinem Film vermitteln?
- Wie passt diese Aussage in eine gute Geschichte (siehe Geschichten fürs Gute, Seite 50), mit der du deine Spender emotionalisierst?
- Welche Bilder unterstreichen die Aussage? Denk dabei aus Sicht des Zuschauers, der ohne Vorwissen den Film und deine Botschaft verstehen muss.

Ein einfaches Storyboard hilft bei der Planung: Trag in einer dreispaltigen Tabelle pro Szene links ein, was du vermitteln möchtest, in der Mitte die geplanten Bilder, also was du aufnehmen möchtest, und rechts den Text, der gesprochen oder eingeblendet werden soll. Schon steht dein Konzept und führt dich durch die Dreharbeiten.

2. Umsetzung

Nun die wichtigsten Tipps für den Dreh:

- **Ruhiger Stand:** Achte auf einen sicheren Stand (z.B. Stativ) damit du keine verwackelten Bilder im Film hast, die den Zuschauer ablenken.
- **Gegenlicht vermeiden:** Starke Lichtquellen (z.B. die Sonne) solltest du im Rücken haben. Bei zu wenig Licht kannst du mit einer weißen Pappe oder einem Stück Styropor Licht reflektieren und so das Gesicht des Gefilmten aufhellen.
- **Der gute Ton:** Ein schlechter Ton verdirbt die besten Bilder. Dreh das Mikro von lärmigen Hintergrundgeräuschen weg oder such einen ruhigen Ort. Bestenfalls überprüfst du bereits bei den Aufnahmen mit Kopfhörer den Ton.
- **Zoom-Tabu:** Nutze den Zoom nur, um die Einstellungsgröße zu ändern (den Zoomweg schneidest du später raus). Verschiedene Einstellungsgrößen (Nahaufnahme, Totale usw.) zu verwenden, bringt Abwechslung für den Zuschauer und erspart Zoomfahrten, die meist nur mit professioneller Kamera und einiger Übung gelingen.
- **Schnittbilder:** Damit du ein Interview schneiden kannst, ist es ratsam, ein paar Schnittbilder zu drehen. Das können zum Beispiel Nahaufnahmen der Hände oder Gegenstände im Raum des Interviewten sein. Die Bilder drehst du nach dem Interview. Wenn du das Interview im Schnitt kürzen willst, trennst du Ton- und Bildspur und legst die Schnittbilder über den Ton.
- **Abwechslung:** Nimm ungewöhnliche Perspektiven ein. Stelle die Kamera mal auf den Boden, um eilige Schritte zu zeigen, kleb die Kamera vorn an dein Fahrrad oder film eine Menschenmasse von oben. Ungewöhnliche Perspektiven faszinieren den Zuschauer. Beim Interview solltest du die Kamera jedoch immer auf Augenhöhe haben. (Den Kopf des Interviewten kannst du oben anschneiden, niemals jedoch unten am Kinn.)

- Tricks: Ein Zeitraffer bringt Dynamik in den Film. Stell die Kamera an einen ruhigen Ort und lasse sie mindestens 20 Minuten aufnehmen. Im Schnitt kannst du diese Sequenz beschleunigen und erhältst so einen Zeitraffereffekt. Das iPhone 6 und andere Handys können auch in Zeitlupe aufnehmen, was bei sehr schnellen Bewegungen (Sprung ins Wasser etc.) effektiv sein kann.

3. Bearbeiten:

Ob iMovie, Movie Maker oder andere Schnittprogramme: Hilfreiche Tutorials findest du leicht über Suchmaschinen. Mit ein paar Kniffen machst du aus deinem Drehmaterial damit ein spannendes, emotional ansprechendes Video.

- Text im Bild: Gib den Zuschauern mit einem Titel eine Idee, was in den nächsten Minuten auf sie zukommt. Auch Interviewpartner sollten auf der Textebene kurz vorgestellt werden (Name und Beruf in einer sogenannten Bauchbinde unten).
- Ton und Bild: Hör dir den Film an. Der Ton sollte durchgehend die gleiche Lautstärke haben.
- Vor oder nach Bewegungen schneiden: Vermeide es, in Bewegungen zu schneiden.
- Der Hausfrauentest: Dein Film ist fertig? Doch weil du so intensiv daran gearbeitet hast, kannst du ihn nicht mehr objektiv bewerten. Bitte deshalb Freunde oder Kollegen, die das Video noch nicht kennen, um ihre kritische Sicht.

Mit jedem Film wird es dir leichter fallen, Ideen in Bildern auszudrücken, schnell durch den Schnitt zu gehen und ein neues Video hochzuladen. Der Aufwand lohnt sich! Filme lassen sich schnell teilen und haben in den Social-Media-Kanäle virales Potenzial.