

Video-Content auf Social Media: Aufbereitung und Schnitttechniken

Autorinnen: Priszilla Medrano und Sandra Müller, Fachstelle vitamin B

Social Media bietet eine Chance für Vereine: Über die kostenlosen Kanäle können sie Mitglieder gewinnen, auf Veranstaltungen aufmerksam machen oder zeigen, was den Verein besonders ausmacht. Mit einfachen Mitteln lassen sich kreative und wirkungsvolle Videos produzieren – auch ohne professionelles Equipment.

Diese Arbeitshilfe dient als Fahrplan für die Erstellung von Video-Content: von der ersten Idee über das Filmen und Schneiden bis hin zum Posten mit maximaler Reichweite.

Wie werden Videos für Social-Media aufbereitet?

Schritt 1: Vorbereitung und Planung

Erstellen Sie ein kurzes Konzept für Ihr Video, welches folgende Fragen klärt:

- Was wollen wir mit dem Video erreichen?
 - *Vereinszweck vermitteln*
 - *Wichtigkeit des Bestehens des Vereins aufzeigen*
 - *Neue Mitglieder ansprechen*
 - *Eine Veranstaltung bewerben*
- Wen wollen wir ansprechen?
 - *Kinder und Jugendliche*
 - *Junge Erwachsene*
 - *Familien mit Kindern*
 - *Erwachsene*
 - *Senior:innen*
 - *Potenzielle Ehrenamtliche*
 - *Potenzielle Unterstützer:innen*
 - *Mitglieder*
 - *Spender:innen und Sponsoren*
- Welche Trends/Challenges sind aktuell?
 - *TikTok-Trends*
 - *Instagram-Reels*
 - *Musiktrends*
 - *saisonale Challenges wie zB. #soberjanuary*

TIPP: Digital Natives fällt es in der Regel leicht, Social Media zu bespielen. Gibt es junge Leute im Verein, die Sie in das Social Media Amt einbinden können?

- Welche Interaktion möchten wir mit dem Video auslösen?
 - *Kommentare*
 - *Teilen/Verbreiten*
 - *Websitebesuche*
 - *Anmeldungen zu einer Veranstaltung*

- Braucht es eine moderierende Stimme? Wenn ja, wer spricht sie ein?
 - Eine sympathische Stimme aus dem Verein
 - Eine Computerstimme durch AI generiert
- Welchen Mehrwert bietet der Content für unsere Mitglieder? Und für weitere Empfänger:innen?
 - Unterhaltung
 - Information
 - Inspiration

TIPP: Je klarer der Nutzen, desto höher die Aufmerksamkeit.

Der Hook: Aufmerksamkeit in den ersten Sekunden

Die ersten Sekunden eines Videos entscheiden, ob jemand weiterschaut oder weiterscrollt. Ein sogenannter «Hook» weckt Interesse und macht Lust auf mehr.

Tipps & Beispiele für einen starken Hook

- Überraschungsmoment:
z. B. ein lustiger Einstieg: «Das glaubt uns eh wieder keiner...»
- Direkte Ansprache:
«Wusstest du, dass du bei uns kostenlos tanzen lernen kannst?»
- Cliffhanger:
«Was danach passierte, hat uns alle überrascht...»
- Vorher/Nachher-Effekt:
Leeres Vereinslokal → fröhliche Gruppe beim Training.
- Plottwist anteaern:
«POV: Du dachtest, wir machen nur Marschmusik...»
- Menschen & Emotionen zeigen:
Ein lachendes Gesicht, eine Umarmung, ein emotionaler Moment.
- Bekannte Orte oder Namen einbauen:
z. B. der Sportplatz, das Dorffest, eine bekannte Persönlichkeit aus dem Ort.

Schritt 2: Content aufnehmen

Gute Videos brauchen kein Profi-Equipment. Hier ein paar einfache Tricks zur Aufnahme Ihres Videos:

- Format: Hochformat (9:16) ist das Standardformat für TikTok, Instagram Reels & YouTube Shorts.
- Dauer: Ideal sind 15–60 Sekunden – lang genug für Inhalt, kurz genug für die Aufmerksamkeit

Praxistipps zum Filmen:

1. Gute Lichtverhältnisse:
Tageslicht nutzen, am besten draussen oder am Fenster. Alternativ: günstiges Ringlicht, das auf einem Stativ im Raum positioniert werden kann.
2. Verschiedene Winkel filmen:
Nahaufnahme, Totale, Bewegung – so bleibt das Video visuell spannend.
3. Schon beim Filmen an den Schnitt denken (optional):
z.B. Kamerabewegungen, Übergänge mit Gesten oder Szenenwechsel planen.
4. Deutliche und lebendige Sprache:
Sprechen Sie mit Energie und drücken Sie sich klar aus – wie in einem echten Gespräch.

Schritt 3: Content scheiden und bearbeiten

Der Schnitt bringt Dynamik und Struktur ins Video. Er leitet das Auge und hat Einfluss auf die Dramaturgie und Erzählweise des Inhalts. Dies wiederum beeinflusst die Aufmerksamkeitsspanne der Rezipient:innen.

Schnitt-Tipps

- Schneller, dynamischer Schnitt:
Szenenwechsel alle 1–3 Sekunden sorgen für Aufmerksamkeit.
- Schnitt im Takt der Musik:
Erzeugt Rhythmus und Stimmung. TikTok bietet hierfür eine Autoschnitt-Funktion.
- Weniger ist mehr:
Halten Sie das Video natürlich. Filter und Effekte können beim Schneiden weggelassen werden.
- Texte gezielt einsetzen:
Kurze Schlagworte können als Hook dienen. Und Untertitel erhöhen die Zugänglichkeit.

Empfehlenswerte Tools

1. CapCut: kostenlos, viele Funktionen
2. InShot: besonders einsteigerfreundlich
3. TikTok-Editor: praktisch für schnelle Bearbeitung direkt in der TikTok-App
4. Canva: perfekt für Grafiken, weniger für Videos – gut für Posts, Thumbnails & Storys

Schritt 4: Posten – Sichtbarkeit clever erhöhen

Der beste Content bringt nichts, wenn ihn niemand sieht. Mit Hashtags, Captions und gezieltem Teilen können Sie Reichweite erzeugen.

So postet ihr erfolgreich:

1. Passende Hashtags wählen:
z. B. #vereinleben #jugendarbeit #ehrenamt machtspass – schauen Sie auch, was andere ähnliche Kanäle für Hashtags nutzen, und wählen Sie Hashtags mit hohen Followerzahlen.
2. Personen und Orte verlinken:
Taggen Sie Kooperationspartner:innen, Veranstaltungsorte, lokale Unternehmen.
3. Spannende Caption schreiben:
Die Caption soll mit wenigen Worten auf sich aufmerksam machen
4. Gezielt bewerben (optional):
z. B. Instagram-Werbung mit Zielgruppe nach Alter, Wohnort und Interesse.

How to go viral – So erhöhen Sie Ihre Reichweite

Social Media lebt von Interaktion. Wie aber funktioniert der Algorithmus und wie können Sie Ihre Reichweite systematisch steigern?

1. Hohe Interaktions-Rate generiert mehr Reichweite: Umso mehr Likes, Kommentare und Teilungen Ihr Post generiert, desto mehr Nutzer:innen erreichen Sie. Mittels Umfragen, Fragen an Nutzer:innen oder Aufrufe kann die Interaktion gesteigert werden.
2. Hohe Watch-Time Rate (WTR): Je mehr Leute das Video bis zum Ende schauen, desto besser wird es ausgespielt.
3. Gute Suchmaschinenoptimierung (SEO): Relevante Keywords in Titel, Beschreibung und Hashtags verbessern Ihren SEO-Wert.

Zusätzliche Tipps:

- Call-to-Actions einbauen:
«Markiere jemanden, der aktiv in einem Verein ist!»
- Mit anderen Kanälen interagieren:
Andere, ähnliche Inhalte kommentieren und liken – so werden Sie sichtbar.
- Kooperationen & Duette nutzen:
z. B. mit benachbarten Vereinen, Schulen oder aktiven Einzelpersonen.
- Community einbeziehen:
Fragen Sie in der Caption: «Was meint ihr dazu?» oder «Welche Idee hättet ihr?»