Webvideos – Strategien für eigenständige Videoformate auf YouTube, Instagram und Co.

KURZBESCHREIBUNG

YouTube-, TikTok-, Instagramvideos – lernen Sie wichtige Faktoren für erfolgreiche Webvideoformate kennen. Dabei reicht es nicht, vorhandenes TV-Material "fürs Web aufzubereiten". Alle Plattformen funktionieren nach ihren eigenen Logiken. Wie Sie die Mechaniken erfolgreicher Webvideoformate auf Ihre eigenen Entwicklungen übertragen können, zeigen erfahrene Social-Video-Formatentwickler*innen: Sie lernen, wie Sie Zielgruppen und dazugehörige Plattformen für Ihre Formate bestimmen und wie Sie am besten mit diesen Gruppen kommunizieren. Durch Best Practice und Analysen erkennen Sie die Erfolgsfaktoren auf den Bewegtbildplattformen. Dieses Seminar legt den Schwerpunkt auf Konzepte und Formatentwicklung. Für das Filmen von Social-Media-Videos empfehlen wir den Kurs 54 211.

IHR NUTZEN

Sie erfahren, inwiefern Entwicklungen für soziale Netzwerke anders verlaufen als solche fürs TV (iterativ, datengetrieben, interaktiv).

Sie können den Aufbau von Webvideos von TV-Beiträgen abgrenzen.

Sie können die zentralen Erfolgsfaktoren für YouTube-, TikTok- und Instagramvideos anführen.

Sie können bestehende Webformate besser einordnen.

Sie lernen, die Mechaniken erfolgreicher Webformate auf eigene Entwicklungen zu übertragen.

Sie lernen, welche Videodramaturgie für welche Plattform die richtige ist.

Sie wissen, wie sie bei ihrem Format durch z. B. Community Management mit der Zielgruppe kommunizieren können.

SCHWERPUNKT

Die Analyse von Best und Worst Practice, sowie das Erstellen eines eigenen Konzeptansatzes bilden den Schwerpunkt dieses Seminars.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter*innen aus allen Programmbereichen, Print, Produktion und Marketing

THEMEN

Analyse: Unterschiede TV- und Webvideo

Best Practice: Blick auf den deutschen und internationalen Markt

Welche Formate funktionieren warum auf welcher Plattform?

Für wen machen wir das? Die Zielgruppe finden und verstehen

Bewegtbild-Plattformen und ihre Besonderheiten: YouTube, Instagram, Snapchat, TikTok

Distribution und Optimierung des Formats auf den jeweiligen Plattformen (Thema, Zielgruppe, Aufbau, Länge, Einbezug von Plattformmechaniken, Interaktion, Presenter*in)

Warum braucht es mein Format? Was unterscheidet es von anderen? USP-Findung des Formats, Zielformulierung

SWOT-Analyse in der Formatentwicklung: Chancen und Risiken

Zahlen richtig beurteilen – kurzer Exkurs in die Analytics, Evaluation

Reichweite: Erste Hacks (Crosspromo, Kollaborationen, Tagging, Shoutouts usw.)

Serialität: Thematisch, durch die Verpackung oder durch eine/-n Presenter*in

LEHRMETHODEN

Vortrag, Demonstration, Diskussion, kleine Übung

VORAUSSETZUNGEN

Kenntnisse im Umgang mit Videos

TERMINE

24.11.2025 (10:00 Uhr) bis
25.11.2025 (16:00 Uhr)
Präsenz | Hannover
ARD.ZDF medienakademie
Preis: 880,– € p.P.
Seminarleitung: Moritz Luppold, Marc Dohmeyer

INHALTLICH VERANTWORTLICH

Simone Stoffers
E-Mail: s.stoffers@ard-zdf-medienakademie.de
Telefon: +49 511 123598-537

KUNDENSERVICE

Karin Voggeser
E-Mail: kundenservice@ard-zdf-medienakademie.de
Telefon: 0049 911 9619-262

SEMINARNUMMER

54 210