

Alisha Bieli

Eichstrasse 83, 8713 Uerikon

Zertifikatsarbeit

CAS Arts & Design in Practice

Design Guidelines für animierte Erklärvideos

Inhaltsverzeichnis

Einleitung

Ausgangslage	4
Thema der Zertifikatsarbeit	6

Teil 1

1.1 EIT.swiss	
1.1.1 Allgemein	8
1.1.2 Werte	10
1.2 Animierte Erklärvideos	11

Teil 2

2.1 Allgemeines zur Umsetzung	13
2.2 Ausführungen zu den Guidelines	
2.2.1 Technische Details	14
2.2.2 Farbpalette	15
2.2.3 Stil	16
2.2.4 Intro- und Outrosequenzen	17
2.2.5 Skript und Storyboard	18
2.2.6 Ton und Musik	19
2.3 Schlussworte	19

Verzeichnisse

Literaturverzeichnis	21
Abbildungsverzeichnis	22

Anhang

I Corporate Design Guidelines für Erklärvideos	24
--	----

Einleitung



Ausgangslage

Im Frühjahr 2019 stand ich vor der Abschlussarbeit meiner Lehre als Mediamatikerin. Vorgaben, auf welchen Bereich meiner Ausbildung sich diese zu beschränken hatte, gab es keine. Print, Video, Webseite; alle Gebiete standen zur Auswahl, solange das Projekt eine Verbindung zu den erlernten Inhalten der Lehrzeit aufwies. Also machte ich mir Gedanken, in welche Richtung mein Projekt gehen sollte. Dabei schloss ich aufgrund mangelnder Begeisterung zuerst eine Arbeit im Webbereich aus. In meinem Hinterkopf formte sich eine erste, etwas konkretere Idee. Was wäre mit einem animierten Erklärvideo?

Ich hatte mich für die Berufsschule etlicher solcher bedient und sie hatten mir nicht nur den erforderlichen Inhalt bestens vermittelt, sondern mich auch in ihrer Animation und Ausführung begeistert. Die Art und Weise, jemandem so ein Thema näher bringen zu können, faszinierte mich. Jedoch habe ich während der Lehre kaum Erfahrungen im Animationsbereich sammeln können. Fast keine, um es genauer auszudrücken. Also schob ich die Idee vorerst zur Seite, aus Angst, ihr nicht gerecht werden zu können.

Stattdessen suchte ich nach einem anderen Konzept, das im Rahmen der Abschlussarbeit umgesetzt werden konnte. Ich recherchierte, was andere Mediamatiker und Mediamatikerinnen vor mir als Abschlussprojekte eingereicht hatten und klickte mich durch öffentlich gemachte Dokumentationen dieser Projekte, um sie mir besser vor Augen führen zu können. Doch die Idee eines Erklärvideos liess mich nicht los, sie hatte sich irgendwie in meinem Kopf verbissen. Mir war bewusst, dass hinter meinem Vorhaben einiges mehr an Eigeninitiative steckte als an beispielsweise einer einfachen Printkampagne, aber ich wusste, dass ich die dafür notwendige Motivation und den Ehrgeiz aufbringen konnte.

Ein Gespräch mit meiner Ausbilderin festigte schliesslich meine Entscheidung und so kam ich trotz anfänglicher Unsicherheit dazu, ein animiertes Erklärvideo zu erstellen.

Zu dem dürftigen Wissen, das ich in diesem Bereich bereits hatte, kamen Stunden um Stunden von selbstständigem Lernen und Ausprobieren dazu. Das meiste brachte ich mir selber bei. Oder na ja, YouTube tat es. Dies reichte jedoch letztendlich, um ein Video auszuarbeiten, das allen Anforderungen an ein animiertes Erklärvideo entsprach. Es war komplett vertont, folgte einer klaren Story und wusste mit geschickten aber einfach gehaltenen Animationen den Inhalt zu vermitteln. Vom Storyboard, über die Sprecherstimme, die Sound Effects, die Vektordateien und deren Animation hatte ich während den vorgegebenen 40 Stunden alles selbst auf die Beine gestellt. Ich war angemessen stolz und bereute meine Entscheidung, mich mehr oder weniger Hals über Kopf in dieses Vorhaben, ein Erklärvideo zu erstellen, zu stürzen, keinesfalls.

Doch ich wusste auch, dass ich noch mehr aus einem solchen Video herausholen konnte.

So kam es, dass ich, als ich mich Monate später in meinem neuen Job eingearbeitet hatte, ein Gespräch mit meiner Chefin suchte. Sie wusste von meiner Abschlussarbeit und stand der Idee gegenüber offen, dass sich in Zukunft Erklärvideos zur Informationsvermittlung in unserem Betrieb etablieren. Ebenso war sie bereit, mich beim Gesuch einer Weiterbildung in diesem Bereich zu unterstützen, um mein Wissen zu festigen und zu erweitern.

In meinem Suchen nach einer passenden Weiterbildung stiess ich schliesslich auf den CAS Arts & Design in Practice. Dieser sagte mir gerade wegen seiner offenen Formulierung im Bezug auf das selbst zu bestimmende Kernthema zu und ich konnte mir gut vorstellen, wie ich das für mein Vorhaben nutzen konnte. Ich wusste, was ich umsetzen wollte, was ich mir von der Weiterbildung erhoffte und war zudem von der sehr flexiblen Struktur und Planung des CAS begeistert. Dies ermöglichte mir, wie auch damals vor meiner Abschlussarbeit, vieles im Selbststudium zu erarbeiten. Es war für mich also eine vertraute Art, Dinge zu erlernen und umzusetzen und brachte in mir eine gewisse Nostalgie hervor, die mich nur noch mehr zu der Absolvierung des CAS Arts & Design in Practice anspornte.



Abbildung 1: Szene aus meinem Abschlussvideo "Diversity & Inclusion"

Thema der Zertifikatsarbeit

Das Thema meiner Zertifikatsarbeit ist die Erstellung von Corporate Design Guidelines für animierte Erklärvideos.

Mein ganzer CAS fokussierte sich auf das Thema Erklärvideos und wie diese meiner Unternehmung zu Gute kommen, sowie auch, wie ich meine eigenen Fähigkeiten und mein Wissen in diesem Bereich erweitern kann. Es war mir also klar, dass sich die Zertifikatsarbeit auf ein Thema aus diesem Bereich zu beziehen hatte.

Über die spezifische Idee der Design Guidelines stolperte ich bei meinen Überlegungen tatsächlich relativ früh. Denn ohne Vorgaben ist die effektive Produktion eines animierten Videos wohl kaum möglich; oder generell eines Videos. Auch würde es zukünftigen Mitarbeitenden helfen, neue Videos in einheitlicher Form erstellen zu können.

Und obwohl EIT.swiss bereits ein Corporate Design (CD) hat, das Richtlinien zur optischen Charakterisierung des Verbandes enthält und somit zu einer konsistenten Darstellung beiträgt, so wird in diesen Guidelines kein einziges Wort zur Realisierung von Videos verloren. Gewiss können bestimmte Grundregeln des Corporate Designs für die Bewegtbildproduktion adaptiert werden, beispielsweise die Schrift und das Logo, aber es fehlen spezifische Informationen und Grundlagen zur effektvollen Arbeit an einem Video.

Ich nahm mir also vor, zumindest die Corporate Design Guidelines zu den Erklärvideos in meiner Zertifikatsarbeit abzudecken. Zu einem späteren Zeitpunkt ist die Erweiterung der Guidelines auf weitere Videoarten wie Real-film und Screenscaptures geplant, doch das war nicht Teil dieser Arbeit.

Teil 1



1.1 EIT.swiss

1.1.1 Allgemein

EIT.swiss ist der Verband der Elektrobranche und setzt sich indes für branchenfreundliche Rahmenbedingungen ein und vertritt die Interessen der Elektrobranche gegenüber der Politik, der Wirtschaft und der Gesellschaft. Dabei hat sich sein Wirkungsfeld durch technologische, aber auch wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklungen in den Jahrzehnten seit der Gründung stetig weiterentwickelt.

Gegründet wurde der Verband 1906 von 42 Unternehmen aus der Deutschschweiz unter dem Namen "Verband Schweizerischer Elektroinstallateure". Im Jahr 1909 erschien die erste Ausgabe der Verbandszeitschrift "Elektroindustrie", drei Jahre später wurde der Verband neu in "Verband Schweizerischer Elektro-Installationsfirmen" oder kurz VSEI umbenannt. Durch die Mehrsprachigkeit der Schweiz trug der Verband fortan neben dem Namen VSEI auch den Doppelnamen USIE (französisch *Union Suisse des Installateurs-Électriciens*, italienisch *Unione Svizzera degli Installatori Elettricisti*).

Im Dienst einer sich wandelnden Branche.

Der Name hatte über 100 Jahre lang Bestand und wurde erst im Jahr 2019 nach einer Statutenanpassung zu EIT.swiss geändert.

Anders als zuvor handelt es sich bei EIT jedoch um keine Abkürzung. Vielmehr stehen hinter den Buchstaben mehrere Begrifflichkeiten. So kann das E für die Elektrobranche an sich, aber auch den neudeutschen Begriff engineering stehen. I stellt eine Verbindung zur Installation sowie der Informatik her, das T bezieht sich auf die Technik. Mit dem Namenswechsel wurde auch ein überarbeitetes, modernes Erscheinungsbild präsentiert und der Verband öffnete sich zunehmend. Die Firmenfarbe ist seit der Statutenänderung ein schönes Türkis, das Logo wurde von einer Wortmarke in eine Bildmarke umgestaltet und alle Dokumente wurden entsprechend überarbeitet.

Für die Elektrobranche beginnt eine spannende Zeit. Es ist die Zeit des grossen Umbruchs in der Energiepolitik. Es werden neue Lösungen gesucht, die sowohl in Sachen Nachhaltigkeit als auch in Bezug auf die Versorgungssicherheit überzeugen.



Abbildung 2: Logo des Verbandes EIT.swiss, EIT.swiss

1.1.2 Werte

Die Werte des Verbandes blieben jedoch durch alle Neuerungen hinweg gleich.

Unter dem Leitbild von EIT.swiss (2022) ist dazu folgendes zu lesen:



Grundsätze und Grundwerte

- EIT.swiss ist vorausschauend, zukunftsorientiert und offen.
- EIT.swiss ist sich seiner Verantwortung gegenüber der Elektrobranche und der Gesellschaft bewusst.
- EIT.swiss agiert professionell, kunden- und dienstleistungsorientiert.
- EIT.swiss ist politisch aktiv. Er tritt selbstbewusst und eigenständig auf.
- EIT.swiss ist Garant für eine Berufsbildung auf höchstem Niveau.
- EIT.swiss ist wertschätzend und pflegt einen respektvollen Umgang mit seinen Mitgliedern, den Sektionsvorständen, Partnern, Mitarbeitenden und seiner Kundschaft.
- EIT.swiss hat höchste Qualitätsansprüche bezüglich seines Wirkens.



Es ist vor allem der erste Grundsatz, der EIT.swiss dazu bewegt hat, der Erstellung von animierten Erklärvideos so frei gegenüber zu stehen. Durch seine zukunftsorientierte Art ist der Verband neuen Hilfsmitteln und Technologien gegenüber sehr empfänglich gestimmt. Eine neue Art der Informationsvermittlung, gerade von oftmals trockenen und langen Mitteilungen, wurde sehr willkommen geheissen.

1.2 Animierte Erklärvideos

Was genau versteht man unter einem Erklärvideo denn? Und was macht ein animiertes Erklärvideo aus?

Ein Erklärvideo ist, wie der Name bereits aussagt, ein Video, in dem etwas erläutert oder Zusammenhänge veranschaulicht werden. Diese Videos können entweder durch Filmaufnahmen, Realbilder oder Animationen untermauert werden. Im digitalen Zeitalter haben die Leute kaum noch die Zeit oder das Bedürfnis, lange Texte zu lesen. Ein Erklärvideo kann hierbei Abhilfe schaffen und den Inhalt bildlich vermitteln. Dana Rolf (2021) schreibt diesbezüglich, dass unser Hirn Bilder 60'000mal schneller verarbeitet als textliche Darstellungen und behält diese Informationen auch länger im Gedächtnis. Ein Erklärvideo ist somit effizienter als ein blosser Text.

Es dürfte wohl kaum überraschen, dass die Verbreitung solcher Videos auf dem Vormarsch ist. In einer Umfrage von TechSmith (2021) gaben 71 Prozent der Befragten an, mindestens einmal pro Woche ein Anleitungs- oder Informationsvideo anzusehen. 52 Prozent der Teilnehmenden sehen pro Woche gar mehr als 2 solcher Videos an. Noch im Jahr 2013 waren es nur 28 Prozent gewesen. Und ein Ende dieses Aufwärtstrends scheint nicht in Sicht.

Erklärvideos finden durch ihre Art in vielen Bereichen und Branchen Anwendung. Sie können von Unternehmen zur Bewerbung und Erklärung von Produkten und Dienstleistung verwendet werden, haben in der Bildung als Lernmaterial ihren Platz und ersetzen oft eine Anleitung im klassischen Sinne. Ebenso werden sie eingesetzt, um beispielsweise medizinische, umwelttechnische oder politische Verfahren und Botschaften auf verständliche Weise zu demonstrieren.

Diese Vielfältigkeit macht sie besonders beliebt, um Informationen zu teilen und dadurch die Kommunikation zu verbessern. Sie vermitteln diese Informationen in kurz gehaltener Form und sind in ihrem Inhalt auf das Wesentliche reduziert. Die verwendete Sprache ist einfach verständlich und es wird grösstenteils auf Fremdwörter verzichtet. Dank diesem klaren Text und der unterstützenden Animation können so auch abstrakte Ideen auf verdauliche Weise dargestellt und komplexere Mitteilungen einfacher zugänglich gestaltet werden.



Abbildung 3: Statistik zur Häufigkeit der Verwendung von Anleitungs- und Informationsvideos, TechSmith

Teil 2



2.1 Allgemeines zur Umsetzung

Zu Beginn der Umsetzung einer Design Guideline für die animierten Erklärvideos musste ich mir als erstes Gedanken machen, welche Richtwerte und Regeln gesetzt werden müssen, um die Videos zu vereinheitlichen, die Kreativität jedoch nicht grundlegend einzuschränken. Diese einheitlichen Designrichtlinien sollen die Erstellung zukünftiger Erklärvideos erleichtern, indem sie Vorlagen und Stile für die Figuren, Grafiken und Animationen vorgeben, in der individuellen Ausführung jedoch eine gewisse Freiheit zulassen. Auf diese Weise unterstützen die Guidelines die effektive Kommunikation von Informationen und Botschaften in Erklärvideos, was letztlich zu einer konsistenten Firmenpräsenz in audiovisuellen Inhalten beiträgt.

Folgende Elemente sollten in die Guidelines aufgenommen werden:

1. Allgemeine Vorgaben
 - a. Länge und Format
 - b. Weitere technische Details
2. Farbpalette
3. Stil
4. Intro- und Outrosequenzen
5. Skript und Storyboard
6. Ton und Musik

Das Design der Guidelines basiert auf dem der ausführlichen Corporate-Design (CD)-Guidelines der Elektrobranche. So ist das Erscheinungsbild optisch einheitlich und der Zusammenhang klar ersichtlich. Zu den einzelnen Richtlinien wurden kurze Erläuterungen notiert, um das Verständnis zu unterstützen.

2.2 Ausführungen zu den Guidelines

In diesen Unterkapiteln werden meine Gedankengänge zu den einzelnen Punkten der Guidelines beschrieben. Es soll deutlich gemacht werden, was ich mir überlegt hatte und auf was die gesetzten Regeln und Richtwerte aufbauen. Die fertigen Guidelines können dem Anhang entnommen werden.

2.2.1 Technische Details

Bevor es an das Inhaltliche und die Produktion gehen kann, müssen erst einmal die Rahmenbedingungen gesetzt werden. Es galt also, die technischen Details zu bestimmen, damit der Output am Schluss bei allen Videos durchgängig ist.

Die gewählten Rahmenbedingungen basieren auf Industriestandards und eigenen Erfahrungswerten. Sie bilden das Fundament der Videoproduktion.

Auch eine Schutzzone für den Text führte ich ein. Durch diese soll verhindert werden, dass allfällig platzierter Text abgeschnitten oder für den Zuschauer schwierig wahrzunehmen ist.

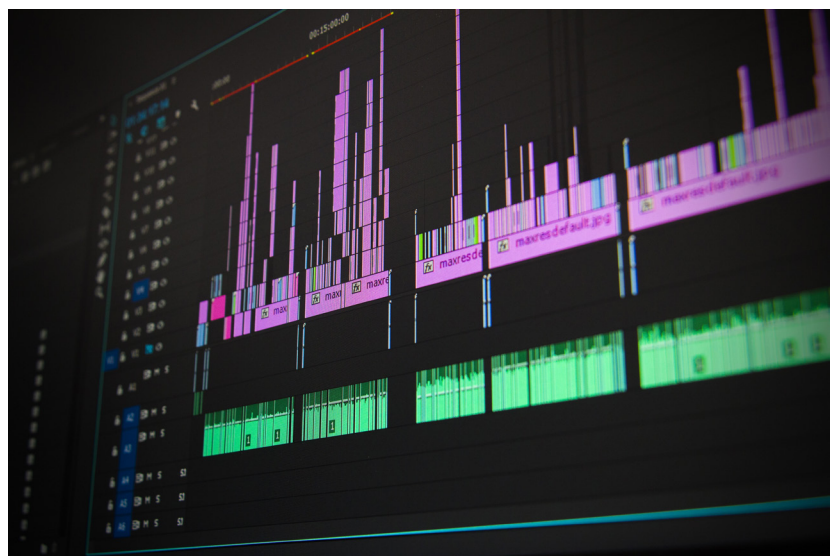


Abbildung 4: Einblick in ein Videoschnittprogramm, Pixabay, Pexels

2.2.2 Farbpalette

Die Farbpalette ist ein grosser und wichtiger Erkennungswert in den animierten Erklärvideos, da bewusst alle verwendeten Farben an die Primärfarben von EIT.swiss, nämlich Türkis, angelehnt sind. So soll dem Zuschauer bereits ohne Audio und Logo vermittelt werden, dass es sich um ein Video unsererseits handelt und der Inhalt in irgendeiner Weise für die Elektrobranche relevant und sehenswert ist. Ebenso soll durch ein türkises Farbschema ein angenehmes Seherlebnis erzeugt werden. Es soll ein Video erschaffen werden, das aufgrund der aufeinander abgestimmten und meist mittelhellen Farbwerte in jeder Art von Umgebung gut anzusehen ist, ohne direkt den Zuschauer zu blenden oder ihn zum unnötigen Hochdrehen der Helligkeit des Bildschirms zu zwingen. Auch sollen sich die Farben untereinander gut voneinander abheben und die überschneidende Verwendung zweier zu ähnlicher Farben wird in den Design Guidelines untersagt.

Als Ergänzung zu der türkisenen Farbpalette wählte ich zusätzlich zwei Auszeichnungsfarben aus. Diese sollen hauptsächlich bei der Kennzeichnung einer positiven bzw. einer negativen Entwicklung verwendet werden. Dort wurde mir schnell klar, dass türkis alleine nicht reichen wird. Zu tief verankert ist unsere Assoziation der Farben grün und rot mit solchen Entwicklungen und Gefühlen. Also nahm ich einen roten und einen grünen Farbton in die Guidelines auf.

Wie auch im generellen Corporate Design wurden die Farben durch Farbnamen ergänzt. Diese Farbnamen sollen zu einer schnellen Identifikation der jeweiligen Farbe beitragen und werden durch die RGB- und HEX-Spezifikationen vervollständigt, um die Anwendung zu vereinfachen.



Abbildung 5: Hälfte der Farbpalette

2.2.3 Stil

Der Stil war damals einer meiner ersten Grundgedanken gewesen, als ich von meiner Chefin grünes Licht für die Erstellung animierter Erklärvideos bekam. Ich wollte einen simplistischen 2D Stil für die Animationen, der die Elemente vereinfacht darstellt und ohne grosse Schattierungen auskommt. Es soll sofort erkennbar sein, was in dem Video gezeigt wird. Ich habe mich stark von animierten Videos auf YouTube inspirieren lassen, grosse Einflüsse für meine Designs waren zum Beispiel Kurzgesagt und Vidico. Deren Animationen sind viel komplexer als meine, aber sie haben mir geholfen, meinen eigenen Stil zu entwickeln, der für diese Art von Videos verwendet werden kann.

Um dem schlichten Stil gerecht zu werden und damit sich die Figuren gut in den Rest der Elemente einfügen lassen können, wurde früh entschieden, jegliche Gesichtszüge wegzulassen. So soll es zudem möglich sein, den Blick des Zuschauers besser zu führen, ohne dass dieser direkt auf das Gesicht der Figur abschweift, um nach Emotionen zu suchen. Einer glaubwürdigen Animation solcher bedarf es zudem viel Erfahrung und Können sowie Zeit. All dies unterstützte die Entscheidung des Verzichts auf Gesichtsmarkmal.

Die Unterscheidung der Personen kann durch die unterschiedlichen Farbverteilungen, Kleidung und Haare gemacht werden.

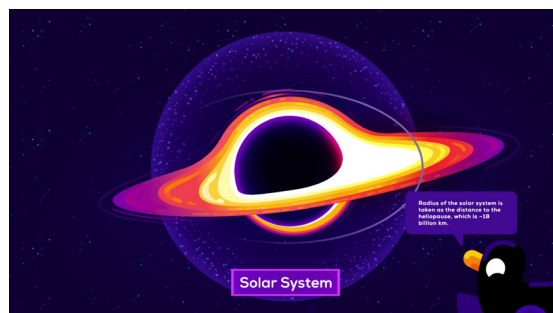


Abbildung 6: *The Largest Black Hole in the Universe - Size Comparison*, Kurzgesagt - In a Nutshell, Youtube

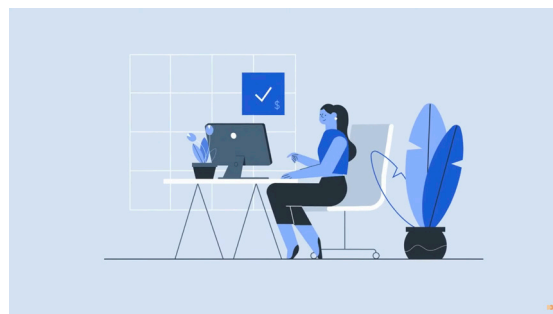


Abbildung 7: *Freighty - Explainer Video*, Vidico: Video Production Company, Youtube



Abbildung 8: *Zwei Figuren aus einem EIT.swiss-Erklärvideo*

2.2.4 Intro- und Outrosequenzen

Die Intro- und Outrosequenzen waren bereits vorgängig zur Verwendung in Realfilm-material erstellt worden. Im Rahmen der Statutenänderung im Jahr 2019 wurden sie als Teil des neuen Corporate Designs ausgearbeitet. Dies durch eine Agentur, mit der EIT.swiss auch heute noch eng im Bezug auf das Nachwuchsmarketing erfolgreich zusammenarbeitet.

Zur Sicherstellung eines einheitlichen Auftritts und einer erleichterten Anwendung bat ich die Agentur, mir die Einblendung als Templates zur Verfügung zu stellen. In einem persönlichen Gespräch bestimmten wir, welche Art von Einblendungen neben Intro und Outro benötigt wurden.

Am Ende hatten wir uns auf folgende Einblendungen geeinigt:

- Intro
- Outro
- Lower Thirds (Bauchbinde)
- Überblendung zwischen zweier Szenen

Die Lower Thirds sowie die Überblendung sind für die Erklärvideos nicht relevant, da keine zu kennzeichnenden Personen vorkommen und die Überblendung jeweils mit Blick auf die einzelnen Szenen erstellt wird. Diese Vorlagen dienen dem Einsatz im Realfilmbereich.

Die Vorlagen für das Intro und das Outro jedoch werden über alle Videos hinweg verwendet. So auch bei den Erklärvideos, was ihnen eine Erwähnung in den Design Guidelines einbrachte.



Abbildung 9: Das Logo von EIT.swiss als Bestandteil des Intros und Outros, EIT.swiss

2.2.5 Skript und Storyboard

Skript

Um überhaupt mit den Vektordateien und der Animation anfangen zu können, muss als Erstes ein Skript geschrieben und ein Storyboard dazu illustriert werden. Ich wurde im Büro schon oft gefragt, auf was es zu achten gilt, wenn ein Skript erstellt werden soll. Gibt es Vorgaben zur Länge? Zu der Text- und Schreibweise? Was soll den Inhalt auszeichnen?

Denn für die Erstellung des Skriptes sind innerhalb von EIT.swiss die einzelnen Auftraggeber der Videos zuständig. Dies deshalb, weil sie sich besser mit der Materie auskennen und die teilweise sehr komplexen Inhalte dadurch auf eine verständliche Ebene herunterbrechen können. Um zu gewährleisten, dass der Inhalt aber tatsächlich verständlich formuliert wurde, wird das Skript jeweils Personen aus anderen Abteilungen und somit mit anderen Fachkompetenzen vorgelegt. Diese können beurteilen, ob der Text so einfach wie möglich formuliert wurde. Auch wird ein Verzicht auf komplizierte Fachwörter ermutigt.

In zwei kurzen Absätzen legte ich in den Guidelines Richtlinien zu Länge und Inhalt des Skriptes fest. Die Länge des Skriptes ergibt sich hierbei aus der empfohlenen Länge des Erklärvideos, die in den technischen Details bereits ausgelegt wurde. Laut Franz Graf-Stuhlhofer (2010) entspricht unser Sprechtempo etwa 120 Wörtern pro Minute. Werden die Pausen, die zur Ausführung gewisser Animationen benötigt werden, berücksichtigt, ergibt das für ein Erklärvideo eher rund 100 Wörter pro Minute. Die Obergrenze für die Anzahl Wörter setzte ich bei einer empfohlenen Maximallänge des Videos von 2 Minuten somit bei 200 Wörtern an.

Storyboard

Im Storyboard geht es darum, den Text aus dem Skript bildlich zu interpretieren. Für die verschiedenen Abläufe werden Szenen skizziert und Animationen vermerkt. So entsteht ein strukturierter Plan, der als Basis für die Erstellung der Vektorgrafiken sowie deren Bewegungen innerhalb des Videos dient und der für die Umsetzung unumgänglich ist.

Das Storyboard erstelle ich persönlich in Zusammenarbeit mit den Auftraggebern. In einem Meeting besprechen wir das fertige Skript und die Gedanken, die sie sich zu dessen Visualisierung gemacht haben. Gerade bei einem Video, das sehr technisch ausgelegt ist, sind die Inputs von Fachleuten essenziell. Sie wissen, welche spezifischen Elemente als Unterstützung zum Text gebraucht werden.

Im Gegenzug bringe ich mein Wissen aus meiner kreativen Arbeit ein. Ich kann einschätzen, welche Animationen im Zusammenhang mit dem Text funktionieren und wie die einzelnen Szenen aufgebaut werden müssen, um den Zuschauer wie gewollt zu leiten.

In den Guidelines findet sich eine empfohlene Vorlage, die die Anfertigung eines Storyboard erleichtern soll. Auch ein Beispiel meinerseits habe ich zur Veranschaulichung angefügt. So wissen zukünftige Mitarbeitende, wie ein solches Storyboard aussehen kann, aber sind in ihrer eigenen Technik der Umsetzung nicht eingeschränkt.

2.2.6 Ton und Musik

Ein gelungenes Erklärvideo überzeugt nicht nur durch tolle Bilder, sondern auch durch ein gutes Voice Over, also einen Sprachkommentar, und passende musikalische Untermalung. Das Voice Over haucht dem Skript Leben ein und führt als roter Faden durch das gesamte Erklärvideo.

Weiter ist die musikalische Untermalung eines Videos sehr wichtig. Sie kann die Stimmung eines Videos massgeblich beeinflussen und die Aufmerksamkeit der Zuschauer auf das Video lenken, ohne dass es bewusst wahrgenommen wird. Ebenso werden durch gezielt eingesetzte Soundeffekte die visuellen Elemente im Video ergänzt und eine stärkere Verbindung zwischen Audio und Video hergestellt.

Mir war es also wichtig, ein paar Anhaltspunkte zum Thema Ton und Musik in die Guidelines aufzunehmen. Denn obwohl sie nicht den visuellen Aspekt betreffen, ist es unerlässlich, dass das Video auf audiovisueller Ebene funktioniert.

Ich verlor zu dem Voiceover, zu den Soundeffekten und zu der Hintergrundmusik ein paar Worte, damit diese auch in Zukunft die Seriosität des Inhaltes nicht unterbinden und das Publikum nicht in ihrer Wahrnehmung des Videos stören.

Ebenso wurde ich durch den Einbezug von Dateiformaten und Dezibelangaben etwas technischer. Dies hilft nicht nur, zu vermeiden, dass die Tondateien aufgrund einer nicht kompatiblen Dateierweiterung nicht in das Videoschnittprogramm importiert werden können, sondern dient zusätzlich der Qualitätskontrolle und soll für einen guten Sound über das ganze Video hinweg sorgen.

2.3 Schlussworte

Die Ausführungen zu Ton und Musik bilden das Ende meiner Zertifikatsarbeit. Ich habe mir zu der Umsetzung der Design Guidelines viele Gedanken gemacht und mich etlicher Informationen zu dem Thema bedient. Es war nicht immer ganz einfach, bin ich doch selbst hinsichtlich Erklärvideos noch kein Profi, aber dieser CAS Weiterbildungsstudiengang hat mir das nötige Selbstvertrauen und die Tools gegeben, um mich den Herausforderungen mit Enthusiasmus zu stellen. Ich habe vieles gelernt und dies in meiner Zertifikatsarbeit anwenden können.

Ich hoffe nun, dass die Design Guidelines in der Praxis wirksam eingesetzt werden und zu vielen neuen, spannenden Erklärvideos führen.



Abbildung 10: Mikrofon auf Stativ am Laptop befestigt, George Milton, Pexels

Verzeichnisse



Literaturverzeichnis

EIT.swiss (2022), *Leitbild und Ziele*,

https://www.eit.swiss/fileadmin/user_upload/documents/Verband/Leitbild/2022_EIT_Leitbild.pdf

Graf-Stuhlhofer, F. (2010, 1. Dezember) *Basis predigen. Grundlagen des christlichen Glaubens in Predigten, dazu eine didaktische Homiletik für Fortgeschrittene*. VTR, S. 195.

Rulf, D. (2021, 13. Juni), *Deshalb liebt unser Gehirn Bilder*,

<https://speakture.ch/blog/deshalb-liebt-unser-gehirn-bilder/>

TechSmith, Dr. Bozarth, J. (2021), *Aktuelle Videostatistiken, Nutzergewohnheiten und Trends, die Sie im Jahr 2022 kennen sollten: TechSmith-Studie zur Videonutzung 2021*,

<https://www.techsmith.de/blog/aktuelle-videotrends-statistiken-und-nutzergewohnheiten/>

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1

Eigene Darstellung (2019), *Szene aus meinem Abschlussvideo "Diversity & Inclusion"*

Abbildung 2

EIT.swiss (2019), *Logo des Verbandes EIT.swiss*

Abbildung 3

TechSmith (2021), *Statistik zur Häufigkeit der Verwendung von Anleitungs- und Informationsvideos*. Aus dem Artikel *Aktuelle Videostatistiken, Nutzergewohnheiten und Trends, die Sie im Jahr 2022 kennen sollten* zur *TechSmith-Studie zur Videnutzung 2021*, <https://www.techsmith.de/blog/aktuelle-videotrends-statistiken-und-nutzergewohnheiten/>

Abbildung 4

Pixabay (2016), Pexels, *Einblick in ein Videoschnittprogramm*, <https://www.pexels.com/photo/low-angle-view-of-lighting-equipment-on-shelf-257904/>

Abbildung 5

Eigene Darstellung (2023), *Hälfte der Farbpalette*

Abbildung 6

Kurzgesagt - In a Nutshell (2021), Youtube, *The Largest Black Hole in the Universe - Size Comparison*, <https://www.youtube.com/watch?v=0FH9cgRhQ-k&t=1s>

Abbildung 7

Vidico: Video Production Company (2020), Youtube, *Freighty - Explainer Video*, <https://www.youtube.com/watch?v=-bknuFCQn4Y&t=2s>

Abbildung 8

Eigene Darstellung (2023), *Zwei Figuren aus einem EIT.swiss Erklärvideo*

Abbildung 9

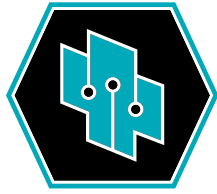
EIT.swiss (2019), *Das Logo von EIT.swiss als Bestandteil des Intros und Outros*

Abbildung 10

George Milton (2021), Pexels, *Mikrofon auf Stativ am Laptop befestigt*, <https://www.pexels.com/photo/microphone-on-tripod-attached-to-laptop-in-studio-6953871/>

Anhang





ELEKTROBRANCHE

Corporate-Design-Guidelines

Erklärvideos

Version 1.0

EINLEITUNG

Wissensvermittlung einfach gemacht

Im digitalen Zeitalter reichen lange Texte für die Informationsvermittlung meist nicht aus. Zu kurz ist die Aufmerksamkeitsspanne der Menschen, zu wenig bleibt vom Inhalt im Langzeitgedächtnis hängen.

Deswegen setzt EIT.swiss zusätzlich auf Erklärvideos, um Dienstleistungen und Sachverhalte einfach zu vermitteln.

Für einen einheitlichen Auftritt und zur Sicherstellung des Wiedererkennungswertes werden für die Erstellung der Erklärvideos auf den nachfolgenden Seiten Grundlagen vorgegeben.

Diese Design Grundlagen dienen als Erweiterung der ausführlichen **Corporate-Design (CD)-Guidelines der Elektrobranche**.

CORPORATE DESIGN GUIDELINES FÜR ERKLÄRVIDEOS

INHALT

Einleitung	2
1 Allgemeine Vorgaben	4
1.1 Technische Details	
2 Farben	5
2.1 Farpalette	5
2.2 Auszeichnungsfarben	6
3 Stil	7
3.1 2D Animation	
4 Intro- und Outrosequenz	8
4.1 Intro	8
4.2 Outro	9
5 Skript und Storyboard	10
5.1 Grundsätze und Vorlagen	
6 Ton und Musik	11
6.1 Grundsätze	

1 Allgemeine Vorgaben

1.1 Technische Details

Bei der Erstellung der Videos gilt es auf die Einhaltung der allgemeinen, technischen Vorgaben zu achten.

Länge

Die Videos sollen die empfohlene Länge für Erklärvideos nicht überschreiten. Diese beträgt 60 bis 90 Sekunden (inkl. Intro- und Outrosequenz). Sollte ein Inhalt nicht in dieser Zeitspanne vermittelt werden können, so kann die Länge auf maximal 120 Sekunden erhöht werden. Ansonsten ist das Thema auf mehrere Videos zu verteilen.

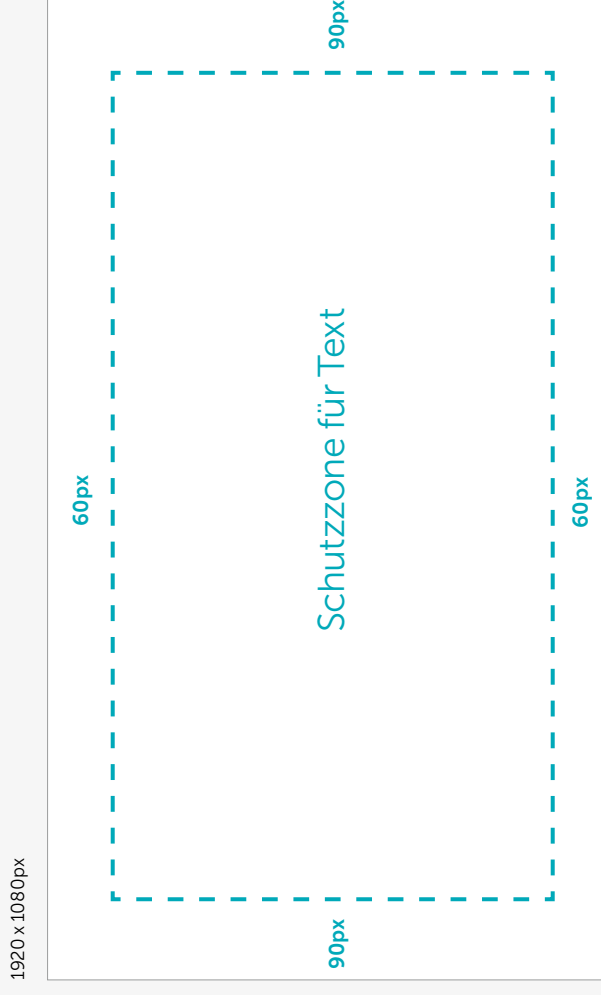
Endformat

Als Endformat ist eine .mp4-Datei vorgegeben.

Auflösung

Es wird mit mindestens einer Full HD Auflösung von 1920 x 1080 Pixeln gearbeitet.

Schutzzonen



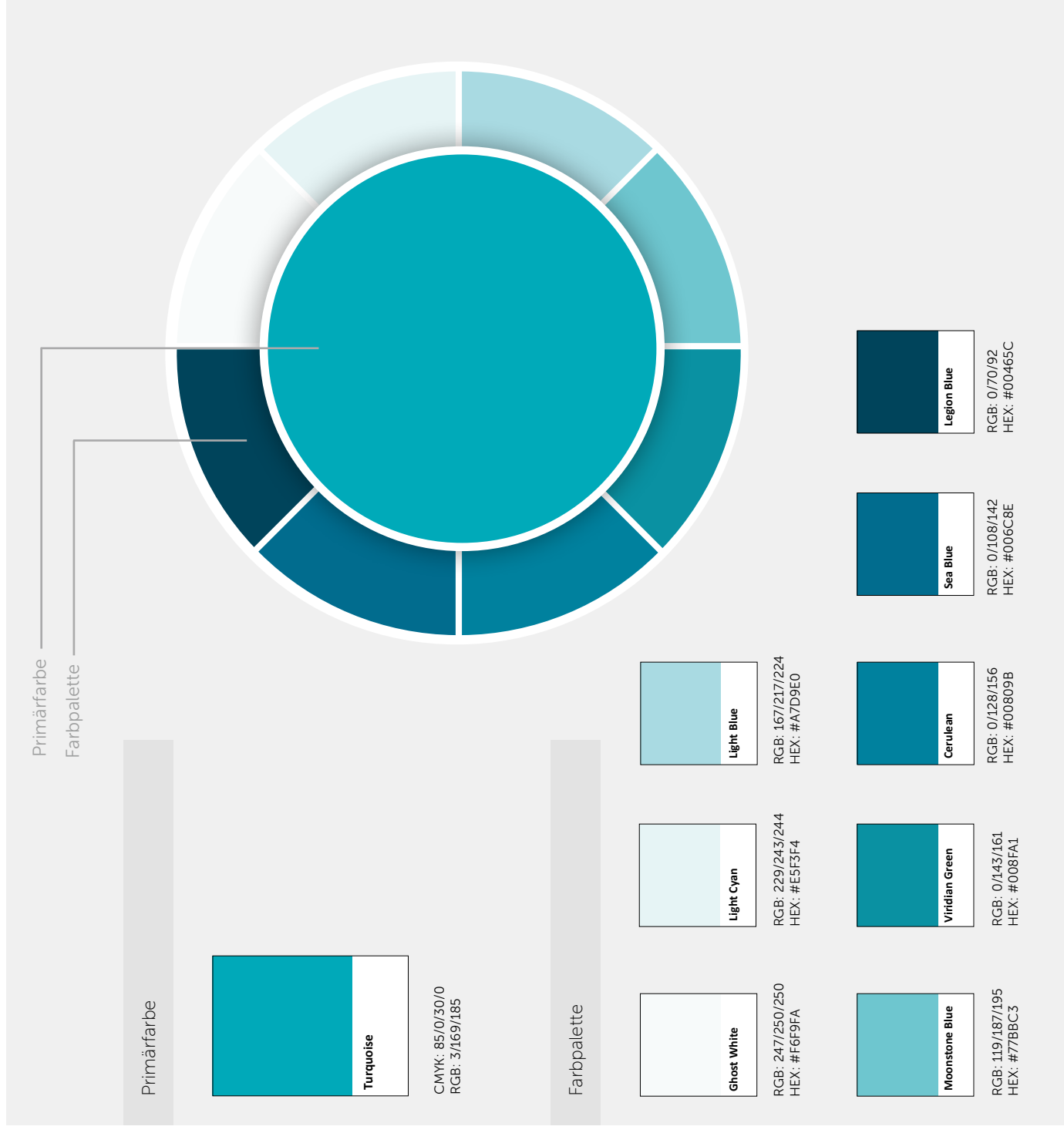
2 Farben

2.1 Farbpalette

Als Hauptfarbe wird die türkise Primärfarbe von EIT.swiss verwendet. Dadurch wird der Wiedererkennungswert sichergestellt und der Auftritt vereinheitlicht.

Die weiteren Farben sind Variationen der Primärfarbe unter Einfluss der Sekundärfarben.

Es gilt auf einen hohen Kontrast zwischen den überschiedenen Farben zu achten.



2 Farben

2.2 Auszeichnungsfarben

Zusätzlich zu der Farbpalette können zwei Auszeichnungsfarben verwendet werden.

Diese Farben werden zur Hervorhebung in Texten und Grafiken als auch Tabellen und Aufzählungen eingesetzt.

Verwenden Sie die Auszeichnungsfarben sparsam und nur dann, wenn ein Inhalt eine solche Kennzeichnung verlangt.



3 Stil

3.1 2D Animation

Grundsätzliches

Alle Elemente werden als Vektordateien in Adobe Illustrator CC erstellt.

Figuren

Die Figuren werden in einer vereinfachten Weise dargestellt. Auf Charakteristika wie Augen, Nase und Mund wird hierbei bewusst verzichtet. Einzige Unterscheidungsmerkmale bilden die Frisuren, Kleidung und die verschieden aufeinander abgestimmten Farbpaletten.

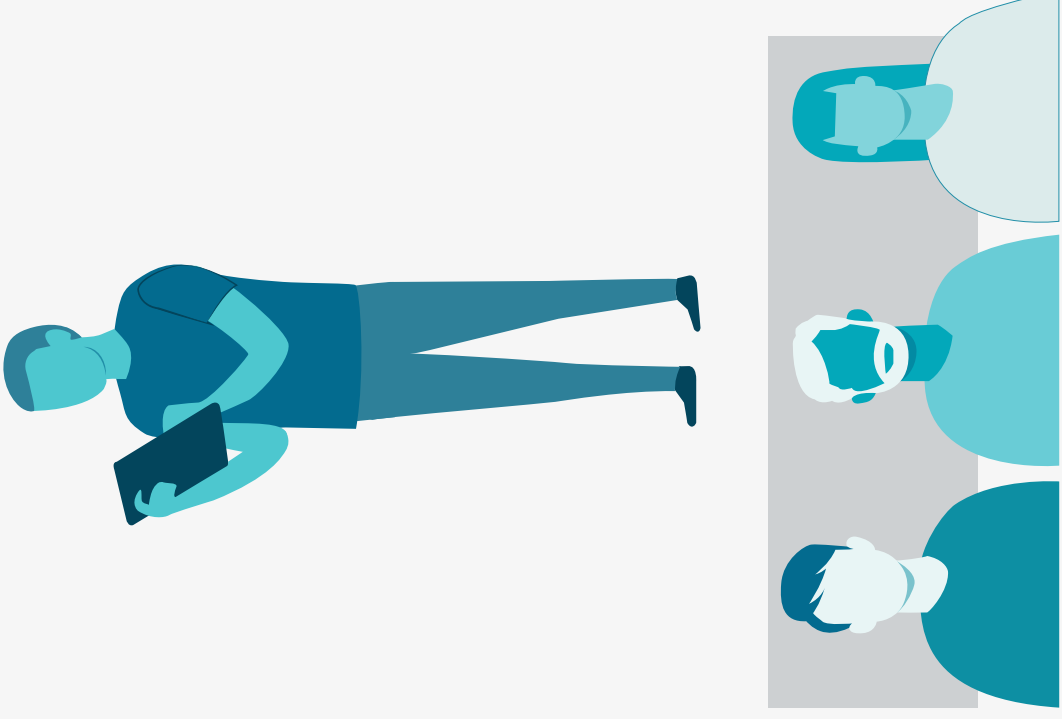
Weitere Elemente

Im gleichen Stil wie die Figuren werden auch die weiteren Elemente vereinfacht dargestellt. Zu viele Details sollten umgangen und mögliche Schattierungen nur angedeutet werden.

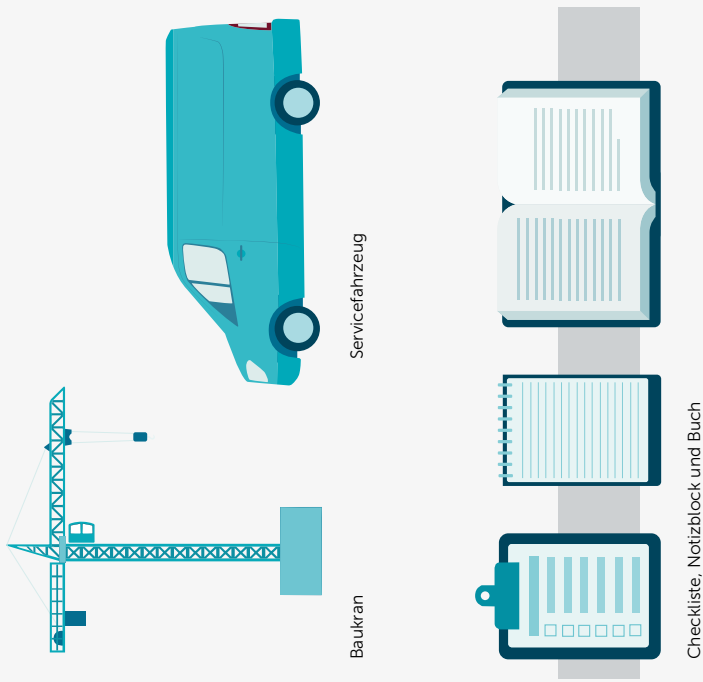
Die Elemente sollen in ihrer Umsetzung klar verständlich sein.

Eine Wiederverwendung der Elemente ist gestattet und für eine einheitliche Erscheinung sogar erwünscht.

Exemplarische Umsetzung: Figuren



Exemplarische Umsetzung: Weitere Elemente



4 Intro- und Outrosequenzen

4.1 Intro

Allgemein

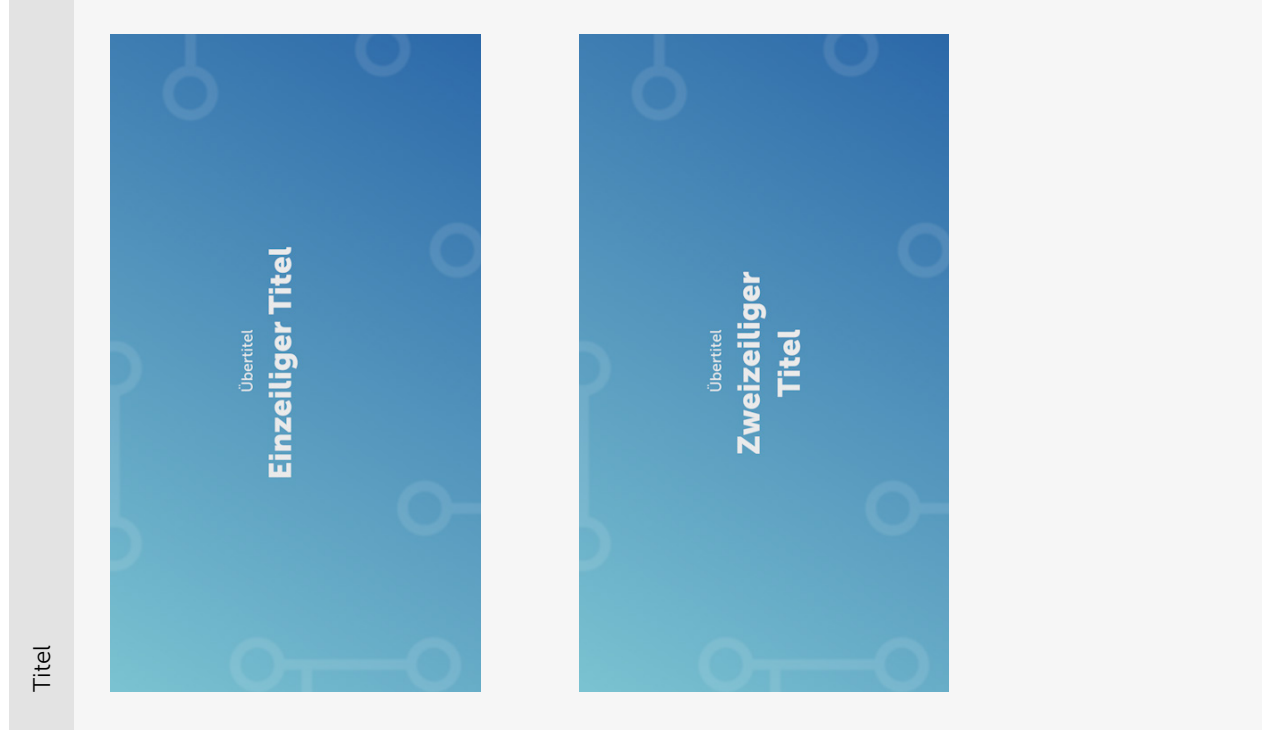
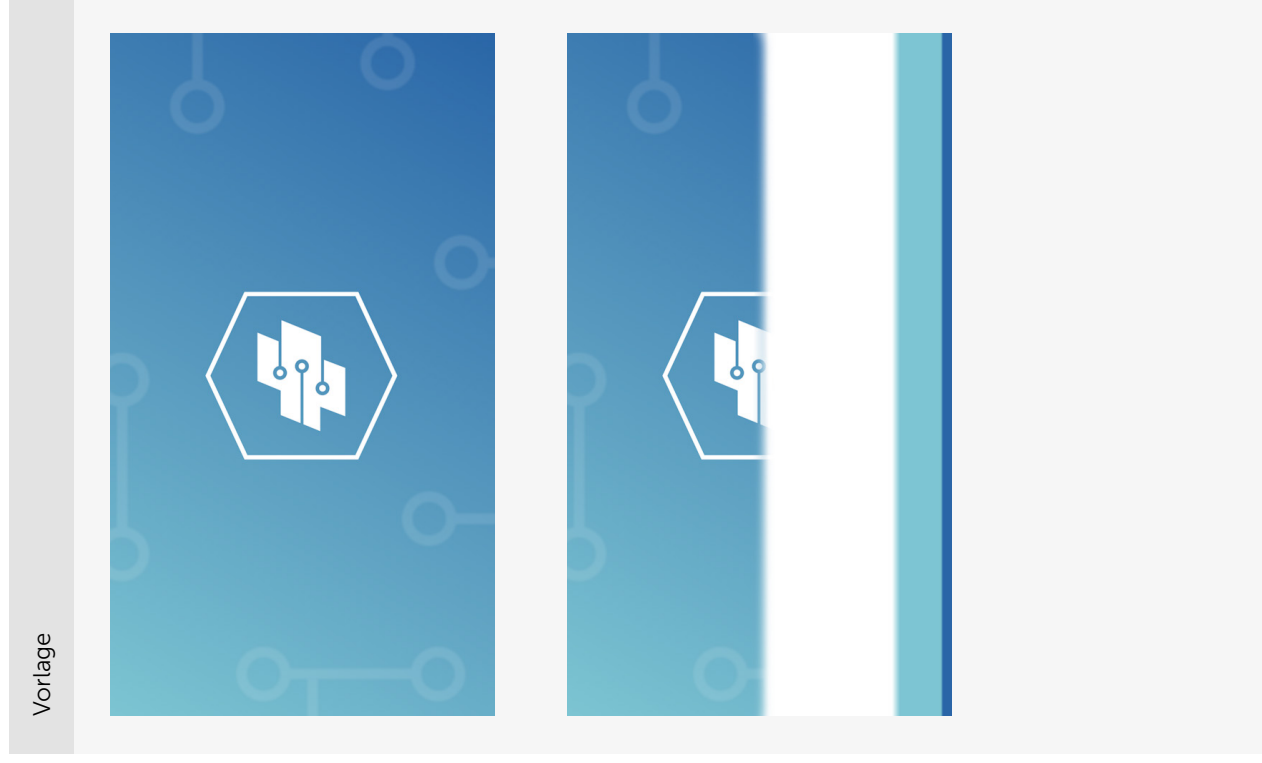
Die Introsequenz ist für alle Videos einheitlich.

Eine Vorlage zur Verwendung in Adobe Premiere Pro CC steht intern zur Verfügung.

Die Musik setzt erst mit dem Ende der Introsequenz ein.

Titel

Die Titelgebung des Videos soll eindeutig und treffend sein. Die Abteilung oder der übergeordnete Bereich, aus dem das Erklärvideo kommt, wird als Übertitel gewählt.



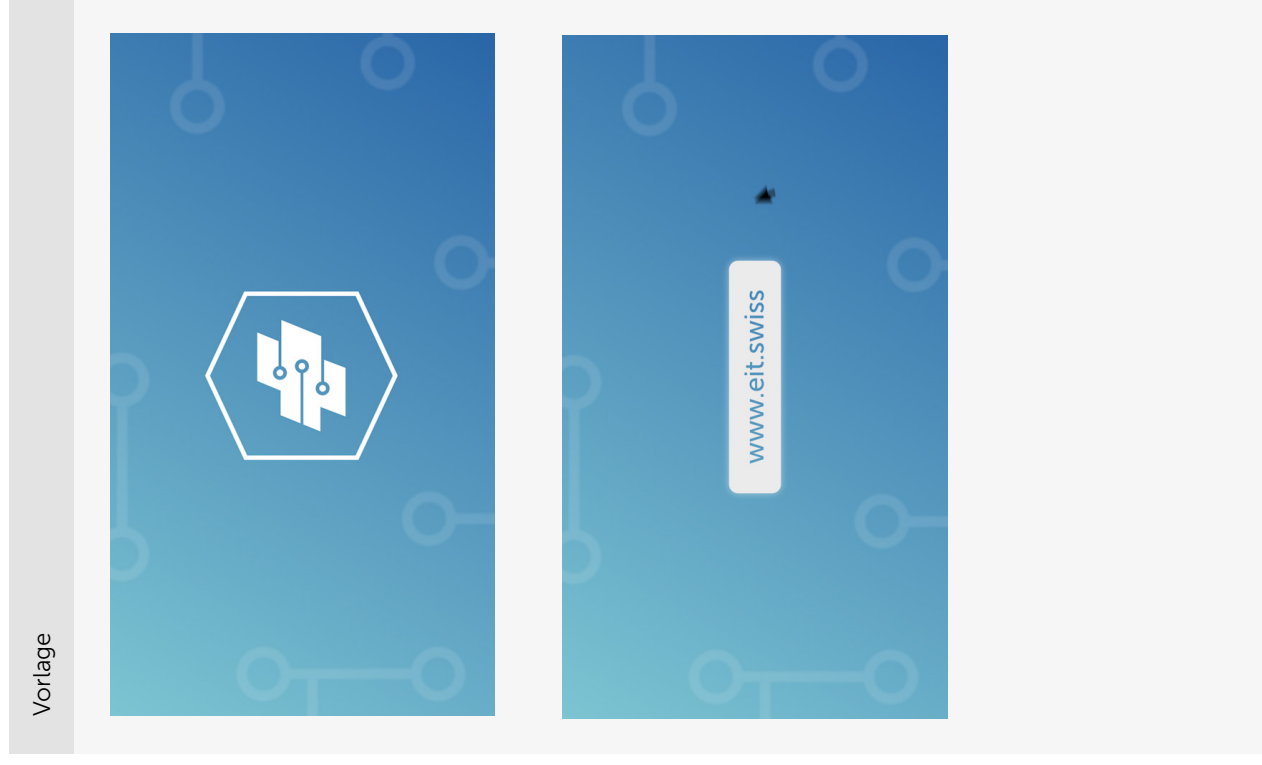
4 Intro- und Outrosequenzen

4.2 Outro

Allgemein

Eine Vorlage zur Verwendung in Adobe Premiere Pro CC steht intern zur Verfügung.

Die Musik wird durch ein Fadeout, eine allmähliche Lautstärkeminderung, beendet. Dies bevor die Outrosequenz beginnt.



5 Skript und Storyboard

5.1 Grundsätze und Vorlagen

Skript

Länge

Das Skript sollte nicht mehr als 200 Worte aufweisen, da ein professioneller Sprecher pro Minute rund 100 bis 120 Wörter spricht.

Inhalt

Der Inhalt ist leicht verständlich mit einfachen Sätzen und ohne die Verwendung vieler Fremdwörter.

Storyboard


Basierend auf dem Skript wird das Storyboard erstellt. Es dient der Organisation und Visualisierung der Ideen und als Vorbereitung der einzelnen Szenen/Aufnahmen.

Vorlagen für das Storyboard stehen zur Verfügung. Sie sind von **studiodbinder.com**.

Vorlage Storyboard

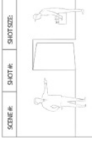
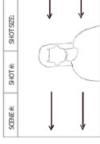
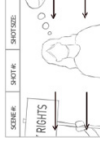
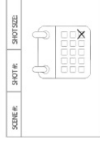


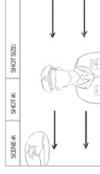



PROJECT _____ PAGE ____ / ____

SCENE #	SHOT #	SHOTZIEL	SCENE #	SHOT #	SHOTZIEL

 Create your free storyboard at studiodbinder.com

Exemplarische Anwendung Storyboard

PROJECT Rechtsvideo - Kündigung PAGE 1 / 2

SCENE #	SHOT #	SHOTZIEL	SCENE #	SHOT #	SHOTZIEL
					
		Die Kündigungsfreiheit ist ein wichtiger Bestandteil des Schweizerischen Arbeitsrechts. Ein unentgeltlicher Arbeitsvertrag kann jederzeit von Arbeitgeber oder Arbeitnehmern gekündigt werden. Die Kündigungsfreiheit ist ein wichtiger Bestandteil des Schweizerischen Arbeitsrechts. Ein unentgeltlicher Arbeitsvertrag kann jederzeit von Arbeitgeber oder Arbeitnehmern gekündigt werden.			
					
		Dieses Video zeigt die Kündigungsfreiheit und die verschiedenen Möglichkeiten, die Ihnen zur Verfügung stehen. Es ist ein wichtiger Bestandteil des Schweizerischen Arbeitsrechts. Ein unentgeltlicher Arbeitsvertrag kann jederzeit von Arbeitgeber oder Arbeitnehmern gekündigt werden.			
					
		RIGHTS			
		Die Kündigungsfreiheit ist ein wichtiger Bestandteil des Schweizerischen Arbeitsrechts. Ein unentgeltlicher Arbeitsvertrag kann jederzeit von Arbeitgeber oder Arbeitnehmern gekündigt werden.			
					
		Die Kündigungsfreiheit ist ein wichtiger Bestandteil des Schweizerischen Arbeitsrechts. Ein unentgeltlicher Arbeitsvertrag kann jederzeit von Arbeitgeber oder Arbeitnehmern gekündigt werden.			
					
		UPRECHTENFERTIGE GRÜNDE			
		Das Oberlandesgericht hat die Rechte von Arbeitnehmern in Bezug auf die Kündigungsfreiheit bestätigt. Ein unentgeltlicher Arbeitsvertrag kann jederzeit von Arbeitgeber oder Arbeitnehmern gekündigt werden.			
					
		Gewerkschaften handeln dafür, dass die Rechte von Arbeitnehmern in Bezug auf die Kündigungsfreiheit bestätigt werden.			
					
		Die Kündigungsfreiheit ist ein wichtiger Bestandteil des Schweizerischen Arbeitsrechts. Ein unentgeltlicher Arbeitsvertrag kann jederzeit von Arbeitgeber oder Arbeitnehmern gekündigt werden.			
					
		PROZESS			
		Prozesszeit: 7 Tage 1. Dienstjahr: 1 Monat 4. Dienstjahr: 2 Monate Ab 10 Dienstjahren: 3 Monate			
					
		Während der Prozesszeit gibt eine Kündigungsfreiheit von jedem Tag vor. Nach dem Prozesszeitraum sind die Rechte von Arbeitnehmern in Bezug auf die Kündigungsfreiheit bestätigt. Ein unentgeltlicher Arbeitsvertrag kann jederzeit von Arbeitgeber oder Arbeitnehmern gekündigt werden.			
					
		Die Kündigungsfreiheit ist ein wichtiger Bestandteil des Schweizerischen Arbeitsrechts. Ein unentgeltlicher Arbeitsvertrag kann jederzeit von Arbeitgeber oder Arbeitnehmern gekündigt werden.			

6 Ton und Musik

6.1 Grundsätze

Allgemein

Für den Ton sind .wav oder .mp3-Dateien zu verwenden. Rauschen oder störende Geräusche sind im Vorhinein zu entfernen.

Sprache/Voice Over

Das Voice Over muss klar und deutlich gesprochen sein. Dialekte sind nicht erlaubt.

Soundeffekte

Soundeffekte können unterstützend zur Animation verwendet werden. Sie sollen jedoch nicht davon ablenken.

Es steht eine erworbene Datenbank an Soundeffekten zur Verfügung.

Musik

Es ist neutrale Hintergrundmusik zu verwenden.

Es steht auch hier eine erworbene Datenbank an Musik zur Verfügung. Ansonsten ist die Verwendung von lizenzfreier Musik unter der Einhaltung der geltenden Regeln erlaubt.

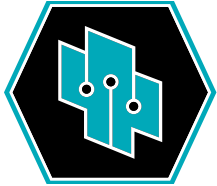
Dezibelangaben

Mischung Tonpegel

Sprache/Voice Over -9dB

Soundeffekte -15dB

Hintergrundmusik -15 bis -20dB



Informationen zur Lektüre

Alle Rechte vorbehalten. Jede Verwendung von Text und Bild ist ohne Zustimmung von EIT.swiss unzulässig.

© EIT.swiss 2023

Selbstständigkeitserklärung

Titel der Arbeit:

Design Guidelines für animierte Erklärvideos

Titel des Moduls/Zertifikatsabschlusses, in dessen Rahmen die Arbeit verfasst wurde:

CAS Arts & Design in Practice

Name der Betreuerin / des Betreuers:

Regula Stibli

Hiermit erkläre ich ausdrücklich, dass es sich bei der vorliegenden schriftlichen Arbeit um eine von mir selbständig und ohne Mithilfe anderer Personen sowie in eigenen Worten verfasste Originalarbeit handelt. Ich bestätige zudem, dass ich keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel verwendet, sowie alle wörtlich oder dem Sinn nach aus der Literatur zitierten Stellen entsprechend klar und korrekt gekennzeichnet habe.

Ich bestätige mit meiner Unterschrift die Richtigkeit dieser Angaben.

Vorname: Alisha

Nachname: Bieri

Matrikelnummer:

Datum: 2.10.23

Unterschrift: A. Bieri