

VIDEOPRODUKTION: IN-HOUSE ODER OUTSOURCING?

Leitfaden für Unternehmen
und KMUs



01

Videoformate erobern das Internet in allen Themenbereichen und Industrien. Im Unternehmenskontext stellt sich daher nicht mehr die Frage, ob Videoformate in die Unternehmenskommunikation integriert werden sollen. Vielmehr beschäftigen sich die Firmen – vor allem im mittelständischen Segment ohne grenzenlose Budgets – mit der Frage, wie man die Videoproduktion bewerkstelligen soll. Dieser Frage gehen wir in diesem Artikel nach.



“ YouTube ist mit über 30 Millionen Zugriffen pro Tag die zweitgrößte Suchmaschine der Welt.

DIE GRÖSSTEN HERAUSFORDERUNGEN IN DER VIDEOPRODUKTION

Auch wenn Videoformate heute allgegenwärtig sind, gehört die Produktion dieser Formate immer noch zu den herausforderndsten Aufgaben eines Unternehmens – vor allem wenn dieses nicht über unendliche Budgets verfügt. Zu den wichtigsten Problemen bei der Videoproduktion im Unternehmenskontext gehören folgende:

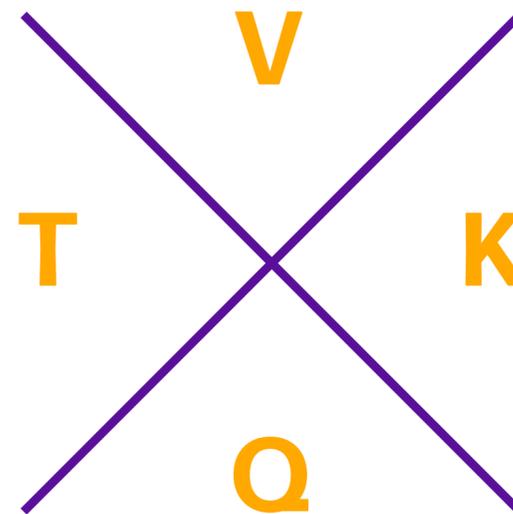
VIelfältigkeit der Formate und Kanäle

Video-Tutorials, Produkt- und Brand-Videos, Unterhaltungsformate, Live-Streaming, Videokonferenzen, Reels, Tiktoks – dies ist nur ein Bruchteil der Videoformate und -kanäle, von denen wir tagtäglich umgeben sind und die mittlerweile eine **große Rolle in der Unternehmenskommunikation** spielen. All diese Formate haben sowohl konzeptionell als auch technisch unterschiedliche Anforderungen, was die Produktion nicht gerade leichter macht.

TECHNIK

Profis oder Tech-Geeks ausgenommen, bei vielen Firmen ist dieser Punkt wohl die größte Herausforderung. Die Videotechnik ist nicht nur ein recht kompliziertes und komplexes Feld, sondern schlägt oft auch mit stolzen Preisen zu Buche.

Auch wenn viele Firmen die **Videoproduktion** mittlerweile ernst nehmen und bereits ein Budget dafür einplanen, ist es als Nicht-Profi quasi unmöglich, in der Menge der aktuell auf dem Markt vorhandenen Technik durchzublicken und ein **passendes Setup** zusammenzustellen.



KOMPLEXITÄT

In der Tat ist die technische Komponente nur ein Teil der Videoproduktion, egal um welches Format es sich dreht. Zu einer Produktion gehört auch ein Storyboard – ja, auch bei einem Reel oder einem vermeintlich kurzen Youtube-Video gehört eine Idee und mindestens ein grober Drehplan mit dazu. **Außerdem muss man sich Gedanken um Ton, Licht, Location, Postproduktion und Distribution machen.** Das alles macht die Produktion eines Videos zu einer recht komplexen Aufgabe.

QUALITÄTSANSPRUCH DER ZIELGRUPPE

Die Tatsache, dass wir tagtäglich sowohl im privaten als auch im beruflichen Kontext von Videos umgeben sind, verändert unsere Sehgewohnheiten. Wir sind auch bei einfachsten Formaten wie z. B. Hobby-Tutorials, gute Ton- sowie Videoqualität gewöhnt. Eine Befragung von HubSpot hat ergeben, dass die Videoqualität für fast 55% der User bei der Entscheidung, sich ein Video anzuschauen, **„ziemlich wichtig“** (36%) oder **„sehr wichtig“** (28%) ist. Diesem Anspruch gerecht zu werden wird immer wichtiger und gleichzeitig ist das eine der größten Hürden für viele Unternehmen.

IN-HOUSE ODER OUTSOURCING: VOR- UND NACHTEILE

Wie so oft lässt sich auch bei der Produktion von Bewegtbild-Content nicht pauschal sagen, wann die Firmen selbst die Aufgabe übernehmen sollten und wann sich die Zusammenarbeit mit den Profis lohnt. Jedoch hat jede von diesen Optionen Vor- und Nachteile, die man kennen und beachten sollte:

VIDEOPRODUKTION INTERN UMSETZEN

Vor In-House-Produktion scheuen sich immer noch sehr viele Firmen, obwohl diese objektiv sehr viele Vorteile mit sich bringen. Man behält die Kontrolle über den Produktionsprozess und kann schnell auf Veränderungen oder Trends reagieren. Man baut auf dem eigenen Brand-Verständnis auf und weiß daher am besten, wie eigenes Expertenwissen transportiert werden sollte. **Wenn man sich für die interne Videoproduktion entscheidet, ist man in den meisten Fällen deutlich agiler und schneller.** Grundsätzlich braucht eine Zusammenarbeit mit einem Dienstleister auch Zeit und Energie seitens des Auftraggebers. Eine harmonische Zusammenarbeit und ein optimales Ergebnis benötigen Investitionen auf beiden Seiten. Und noch ein – oft übersehener – Vorteil: Langfristig und bei regelmäßigem Video-Content ist der Aufbau einer internen Videoproduktion **immer günstiger** als die Auftragsvergabe an Dritte. Und man behält das gedrehte Raw-Material für sich und spart dadurch die Kosten für Buy-Outs.

DIE VORTEILE IM ÜBERBLICK

- mit etwas Planung können bei einem Dreh direkt verschiedene Formate abgedeckt werden – ohne zusätzliche Kosten zu verursachen
- eigene Zeitvorgaben und Agilität
- langfristig deutlich niedrigere Kosten
- einfachere Planung von Drehs oder Drehänderungen
- Vollumfängliche Verfügung über das Raw-Material
- Aufbau von interner Video-Expertise
- volle kreative Kontrolle
- tiefes Verständnis von der eigenen Marke
- Anknüpfung an die frühere/aktuelle Markenkommunikation

Bei all den genannten Vorteilen bringt eine interne Produktion jedoch auch ein paar Nachteile mit sich. Der größte Nachteil ist die Verpflichtung, die eine solche Entscheidung mit sich bringt. Für eine interne Produktion muss man bereit sein, sich zumindest rudimentär mit dem Thema Videoproduktion zu beschäftigen. Auch das Equipment muss angeschafft werden. Außerdem muss man natürlich ein paar Menschen im Team haben, die das Thema Videokommunikation übernehmen und daran Spaß haben.

DIE NACHTEILE IM ÜBERBLICK

- Erstinvestition in die Ausrüstung ist notwendig
- die Zuständigkeiten im Team müssen geklärt sein
- Technik wirkt oft komplex und „erschlagend“
- neben der Produktion muss Zeit für die Postproduktion und den Schnitt eingeplant werden



„ Die dafür notwendige Technik wirkt oft komplex und „erschlagend“.



Bei aufwändigen Produktionen sind Profis oft die bessere Wahl.

VIDEOPRODUKTION MIT EINER EXTERNEN FIRMA

Natürlich hat auch die Zusammenarbeit mit einer Produktionsfirma ihre Berechtigung. Die Profis haben viel Erfahrung und haben einen unabhängigen Blick auf die Marke und die Aufgabe. Außerdem können sie auf professionelle technische Ausstattung und ein Team aus Producer, Cutter oder Videographer zurückgreifen. Die Erfahrung einer professionellen Firma bringt auch die Fähigkeit mit sich, Deadlines und Kosten besser einschätzen zu können. Vor allem bei sehr aufwendigen Produktionen ist das oft die bessere Wahl.

DIE VORTEILE IM ÜBERBLICK

- ein eingespieltes Team mit effizienten Prozessen und Workflows
- Zugriff auf Profi-Equipment
- Möglichkeit, ein Blick von außen auf die eigene Marke zu bekommen
- Erfahrung in der Arbeit mit einer Vielzahl von Kunden
- Niemand im eigenen Team braucht sich mit dem Thema zu beschäftigen

DIE NACHRTEILE

Bei all den relevanten Vorteilen hat natürlich auch diese Option einige Nachteile – in erster Linie im Hinblick auf Kosten und Planung. Eine professionelle – und vor allem gut laufende – Produktionsfirma braucht eine gewisse Vorlaufzeit bei jedem Projekt. „Mal eben“ ein Video zu produzieren ist da oft nicht drin. Außerdem muss jeder externe Dienstleister auch intern betreut und gebrieft werden. Das erzeugt naturgemäß einen Planungsaufwand, den man einkalkulieren muss. Bei regelmäßiger Videoproduktion erzeugt das erhebliche laufende Kosten. Und – was aus unserer Sicht noch wichtiger ist – man baut keine interne Expertise auf und verlässt sich bei diesem wichtigen Thema zu 100% auf eine externe Dienstleistung.

Hier nochmal die Nachteile im Überblick:

- Zeitaufwand bei der Suche und Briefing des Agentur
- Ein weniger präzises Verständnis für Ihre Marke
- Begrenzte kreative Kontrolle
- Projektablauf liegt nicht in Ihren Händen
- langfristig erhebliche Kosten
- fehlender Aufbau der internen Expertise

Zeitaufwändig

**unpräziseres
Markenverständnis**

weniger Kontrolle

Fehlende Expertise

Kostenintensiv



„ Schnell, flexibel und recht günstig eigenen Video-Content produzieren.

IN-HOUSE VIDEOPRODUKTION: WANN SOLLTE MAN DIE VIDEOS SELBST PRODUZIEREN?

Du solltest auf jeden Fall ernsthaft eine eigenständige Videoproduktion in Betracht ziehen, **wenn du schnell, flexibel und recht günstig Video-Content erstellen willst**. Außerdem macht es vor allem dann Sinn, wenn internes Wissen über deine Marke, deine Produkte oder Abläufe essentiell für die Produktion sind. Nicht zuletzt ist das der beste Weg, falls du eine neue Idee oder einen neuen Kommunikationsansatz testen möchtest, bevor du viel Geld in diese investierst. Für viele Unternehmen bedeutet eine In-House-Produktion, dass sie weniger aufpoliert wirkt, was in vielen Fällen allerdings genau das Richtige sein kann und deiner Marke eine menschliche und nahbare Note verleiht.

FORMATE, DIE SICH FÜR EINE IN-HOUSE-VIDEOPRODUKTION EIGNEN

Onboarding und Employer Branding Formate

- Informelle Kunden-Testimonials
- Erklärvideos zu Produkten und Prozesse
- Lernformate sowohl für Mitarbeiter*innen als auch für Kunden und Partner
- Social Media Videos
- Formate im Rahmen der internen Kommunikation
- Videos zur Lead-Generierung
- kleinere Streaming-Formate: Events, Webinare, Produktvorstellungen, Pitches, etc.

Die Einsatzszenarien für ein internes Studio oder ein Video-Setup sind vielfältig und wachsen mit jedem Jahr weiter.

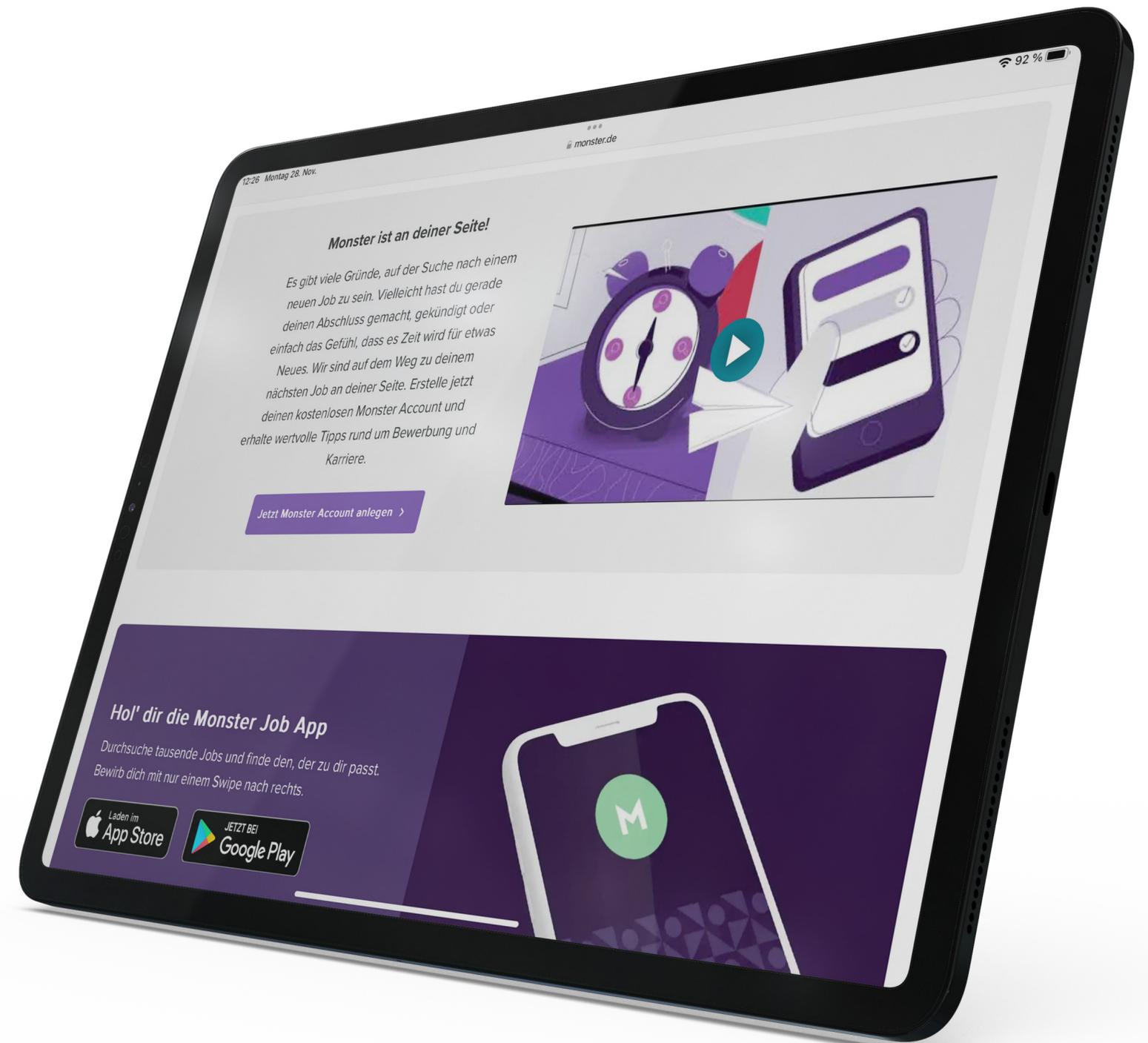


VIDEOPRODUKTION OUTSOURCEN: WANN LOHNT SICH DAS?

Auch wenn mittlerweile sehr sehr viele Video-Formate auch intern in sehr guter Qualität bewältigt werden können, gibt es genügend Situationen, in denen du eine Zusammenarbeit mit Profis vorziehen solltest. Vor allem geht es um Content, bei dem eine sehr hohe und gleichbleibende Qualität wichtig ist. Außerdem, wenn es um lange vorab geplante Videos für z. B. eine Brand-Kampagne geht, kann eine gute Produktionsfirma dir viel Arbeit abnehmen. Und natürlich bist du gezwungen, auf eine Agentur zurückzugreifen, wenn dir schlicht und ergreifend die Kapazitäten fehlen – sei es zeitliche, personelle oder fachliche.

Eine Zusammenarbeit mit einer Produktionsfirma kann sich in folgenden Szenarien lohnen:

- Brand-Videos, die eine lange Lebensdauer haben und bei denen es in Puncto Qualität keine Abstriche geben darf
- Videos für die Webseite
- Werbevideos
- Animationen, Stop-Motion- oder andere spezielle Formate



BESTE VIDEO-STRATEGIE FÜR MITTELSTAND UND KMUS

Du kannst es wahrscheinlich schon ahnen: Die beste Strategie für die Videoproduktion im Unternehmenskontext ist es, ein bisschen von beidem zu machen. Langfristig am sichersten, agilsten und kosteneffizientesten ist es sowohl mit einem internen Team und Know-how als auch mit einer vertrauten und zuverlässigen Produktionsfirma zu arbeiten – so zu sagen „das Beste aus beiden Welten“.

Wie genau dieser Mix dann aussieht, hängt stark von der Größe Ihres Unternehmens und der Komplexität der Videokommunikation ab. Die meisten kleinen und mittleren Unternehmen nutzen ausschließlich interne Ressourcen für die Produktion ihrer Videoinhalte, während in großen Unternehmen eine gleichmäßigere Verteilung zwischen internen und externen Ressourcen oder beidem deutlich ist. Vor allem bei komplexen Drehs ist die Unterstützung von Profis unabdingbar. Langfristig lohnt es sich allerdings, sich mit dem Thema Videokommunikation auch intern zu beschäftigen.

EXTERN



INTERN



WER SIND WIR?

Wir bieten technische Komplettlösungen, Beratungen und Workshops für In-House-Videoproduktionen und Videokommunikation auf Profi-Niveau. Von mobilen Streaming-Systemen bis hin zur Einrichtung eines gesamten In-House-Studios bieten wir agile und zukunftssichere Videolösungen für Unternehmen aller Größen. Mit den individuell zugeschnittenen Setups lassen sich alle Corporate-Video-Formate bewältigen – von Live-Streaming z. B. für Beratungen, Tutorials oder Webinare bis hin zur internen Videoproduktion. Agil und effizient.

Haben wir dein Interesse geweckt? Oder hast du noch weitere Fragen an uns? Dann melde dich gerne per Mail:
mail@futur-ed.de

Möchtest du noch mehr erfahren? Dann schau auf unsere Webseite oder unseren Blog:
<https://futur-ed.de>



futur.ed 