

Videocontent im Netz

Am neovideo-Kongress mit dem Motto „Social first“ wurde das bewegte Bild im Internet in all seinen Facetten beleuchtet.

WIEN. Unter dem Motto „Social First“ widmete sich die Videoagentur News on Video beim neovideo-Kongress einen Tag lang dem Thema Videocontent im Netz.

Heuer fand die Veranstaltung bereits zum sechsten Mal statt, und es sind wieder zahlreiche Expertinnen und Experten dem Ruf von Organisator und News on Video-Geschäftsführer Martin Wolfram gefolgt: „Es ist einfach mein Jahreshighlight. Ich freue mich jedes Jahr darauf, großartige Menschen zu treffen, und unser Wissen zu teilen und auszutauschen.“

Der Kongress fand getreu dem Motto nur in Präsenz und ohne Livestream statt. „Wir sitzen alle sowieso schon zu viel am Schirm“, sagt Wolfram dazu.

Dem Publikum wurden erfolgreiche Kampagnen präsentiert, und Know-how über die Einbindung von Videos in die Marketing-Strategie wurde weitergegeben.

Was wären Social Media-Kanäle ohne Bewegtbild-Content? Der Frage, wie man erfolgreiche Videoformate ohne teure Produktionen oder hohe Schaltkosten platziert, wurde ebenso nachgegangen, wie der Frage, wie man mit datengetriebene Content-Strategien reüssieren kann.

Video auf diversen Kanälen

Am Kongress wurde anhand von Case Studies und kurzweiligen Präsentationen in die vielfältige Welt der Online Videos geblickt. Man bot zudem auch einen praktischen Nutzen für die Kongressteilnehmerinnen und Kongressteilnehmer.

Das Programm war bunt, so erklärte beispielsweise YouTube-Experte Tom Martin gleich zu Beginn, „Wie man eine datengetriebene Contentstrategie für YouTube entwickelt“.



© News on Video/Michael Mayer (2)

Inspiration

Es ist das Highlight für die Agentur news on video und deren Mastermind Martin Wolfram. Der neovideo Kongress findet schon zum sechsten Mal statt.



Andreas Bauer, Kommunikationsmanager bei Knauf, präsentierte gemeinsam mit Stefan Bruckner von News on Video mit „So geht Trockenbau“ eine suchmaschinenoptimierte YouTube-Serie. Wie man mit YouTube Shorts durchstartet, erklärte Hans Köppen, Geschäftsführer des Haus des Meeres. Praktisches Know-how präsentierte auch Frank Büch, der Marketingleiter der BVG (Berliner Verkehrsbetriebe). Er zeigte, mit wie viel Humor und Understatement er die Berlinerinnen und Berliner dazu bringt, die Öffis zu nutzen.

Auch aus Deutschland kommen Ella Knigge und Manuel Freundt von Vice Media, die ein viel diskutiertes und ausgezeichnetes Projekt für das öffentlich-rechtliche Fernsehen realisiert haben: Unter dem Hashtag #ichbinsophiescholl konnte man die letzten zehn Monate der Widerstandskämp-

ferin Sophie Scholl im Jahr 1942 in „ihrem“ Instagram-Account nachverfolgen.

Zwei weitere Vorträge aus der Welt von Instagram und der Welt der Politik haben das Publikum in ihren Bann gezogen: Die Social Media-Expertinnen Dani Terbu und Daniela Gaigg sind Instagram-Coaches und gaben einen Strategie-Guide in zehn Schritten zu besten.

Doch damit nicht genug. Markus Zimmer von BuzzValue erzählte, was TikTok für eine Rolle in der Politik und für Wahlen spielen könne.

Michael Ablinger und Harald Schmelzer von News on Video tauchten mit den Zuhörern und Zuhörerinnen in die Welt der Animationsvideos ein. Sie zeigten verschiedene Stile und erzählten, worauf es bei Erklärvideos ankommt.

In diese Kerbe schlug auch Barbara Blaha vom Momentum Institut. Sie versucht mit ihrem Think-Tank, Menschen zu mehr

”

Es ist einfach mein Jahreshighlight. Ich freue mich jedes Jahr darauf, großartige Menschen zu treffen und unser Wissen zu teilen und auszutauschen.

Martin Wolfram

News on Video,
neovideo-Organisator

“

politischem Engagement zu bewegen und kämpft für eine soziale und gerechte Gesellschaft. Wie ihr Videos dabei helfen und wie Content gestaltet sein muss, um möglichst viel Engagement zu erreichen, hat sie auf der neo-