

# In 7 Schritten zum perfekten Video

warum du dir das bald sparen kannst

Professionelle Videos begeistern, verkaufen und erhöhen dein Ranking – aber sie kosten Zeit, Geld und Nerven. Dieser Leitfaden zeigt dir nicht nur die sieben entscheidenden Schritte zur Erstellung eines überzeugenden Videos, sondern auch, wie du mit KI-Technologie denselben Effekt mit einem Bruchteil des Aufwands erzielen kannst. Entdecke, was du für ein professionelles Video brauchst, welche versteckten Kosten auf dich warten und wie innovative KI-Lösungen die Videoproduktion revolutionieren.

# Wer wir sind

**wir-branchen** ist keine klassische Agentur. Wir sind **Die Markenmacher** – ein Kollektiv aus erfahrenen Kreativen, Strateg:innen und Technik-Profis, das Unternehmen und Marken dabei hilft, digital sichtbar zu werden. Unser Anspruch: ganzheitlich denken, menschlich arbeiten, messbar wachsen.

Ob Website, Branding, Performance oder Content: wir vereinen alle Kompetenzen unter einem Dach – schlank organisiert, mit maximalem Impact.

Als Markenmacher verstehen wir uns als Partner auf Augenhöhe, der Ihre Marke nicht nur versteht, sondern sie auch authentisch zum Leben erweckt. Unsere Arbeitsweise ist geprägt von Transparenz und offener Kommunikation. Wir glauben daran, dass erfolgreiche Markenarbeit nur gemeinsam entstehen kann.

In einem sich ständig verändernden digitalen Umfeld bieten wir die nötige Expertise, um Ihre Marke zukunftssicher aufzustellen. Dabei setzen wir auf bewährte Methoden ebenso wie auf innovative Ansätze, die Ihrer Marke einen Wettbewerbsvorteil verschaffen.



Rik Steinicke

Gründer & Inhaber



Georg Riebau

Gründer & Inhaber

# Warum du jetzt auf Videos setzen solltest

In der heutigen digitalen Landschaft sind Videos nicht mehr nur eine Option, sondern eine Notwendigkeit für Unternehmen jeder Größe. Die Zahlen sprechen für sich: 92% aller Nutzer geben an, dass Videos ihre Kaufentscheidungen maßgeblich beeinflussen. Videos erzeugen Emotionen, vermitteln komplexe Informationen auf verständliche Weise und bleiben länger im Gedächtnis als Texte oder Bilder.

Trotz dieser beeindruckenden Statistik veröffentlicht nur einer von zehn Unternehmern regelmäßig neue Videoinhalte. Die Gründe dafür liegen auf der Hand: Die traditionelle Videoproduktion ist zeitaufwendig, kostspielig und technisch anspruchsvoll. Viele Unternehmer scheuen davor zurück, regelmäßig in Videos zu investieren, obwohl sie deren Wert erkennen.



Hier entsteht eine bedeutende Marktlücke – zwischen dem, was Verbraucher erwarten, und dem, was Unternehmen liefern können. Diese Lücke bietet eine enorme Chance für diejenigen, die einen effizienteren Weg zur Videoproduktion finden. Mit dem richtigen Ansatz kannst du dir einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil verschaffen und deine Zielgruppe auf eine Weise erreichen, die deine Konkurrenten nicht können.

## Höhere Conversion-Raten

Videos können die Conversion-Rate auf Landingpages um bis zu 80% steigern und führen zu 34% höheren Conversion-Raten im E-Commerce.

## Besseres SEO-Ranking

Websites mit eingebetteten Videos werden von Google 53-mal häufiger auf der ersten Seite der Suchergebnisse angezeigt.

## Stärkere Kundenbindung

Nutzer verbringen durchschnittlich 88% mehr Zeit auf Websites mit Videos und teilen Videoinhalte 1200% häufiger als Text und Bilder zusammen.

# Die 7 entscheidenden Punkte für dein eigenes Video

Ein professionelles Video zu erstellen erfordert sorgfältige Planung und die richtigen Ressourcen. Bevor du dich in die Welt der Videoproduktion stürzt, solltest du die sieben Kernelemente verstehen, die den Erfolg deines Projekts bestimmen werden. Jedes dieser Elemente bringt nicht nur Kosten mit sich, sondern birgt auch potenzielle Risiken und Herausforderungen, die du berücksichtigen solltest.

Bereich	Was du brauchst	Typische Kosten	Risiko
1. Kamera	DSLR oder spiegellose Kamera (4K empfohlen)	800-2.500 €	Technische Überforderung
2. Ton	Externes Mikrofon (Lavalier oder Richtmikrofon)	100-400 €	Hall & Rauschen
3. Licht	2-3 Softboxen oder LED-Panels	200-600 €	Schlechte Ausleuchtung
4. Hintergrund	Studio, Büro oder Greenscreen	0-500 €	Unprofessioneller Eindruck
5. Skript	Strukturierter, überzeugender Text	1-3 Std. oder Texter buchen	Keine Wirkung ohne Story
6. Dreh & Schnitt	Drehtag + 6-12 Std. Schnitt	1-2 Tage Zeit	Zeitfresser bei Korrekturen
7. Team	Kamera, Ton, Regie, Sprecher	600-1.500 €	Nicht skalierbar

Diese Übersicht verdeutlicht, dass traditionelle Videoproduktion einen erheblichen finanziellen und zeitlichen Aufwand bedeutet. Die Gesamtkosten können schnell zwischen 1.000 und 3.000 Euro pro Video liegen – ohne Garantie für ein optimales Ergebnis, besonders wenn du nicht über umfassende Erfahrung in der Videoproduktion verfügst.

# Kamera: Das Herzstück deiner Videoproduktion

Die Wahl der richtigen Kamera bildet das Fundament jedes Videoprojekts. Für professionelle Ergebnisse empfehlen Experten mindestens eine hochwertige DSLR oder spiegellose Kamera mit 4K-Aufnahmefähigkeit. Diese Kameras bieten die nötige Bildqualität, Tiefenschärfe und kreative Kontrolle, die dein Video von amateurhaften Produktionen abheben.

Mit Preisen zwischen 800 und 2.500 Euro stellt die Kamera eine bedeutende Investition dar. Hinzu kommen oft notwendige Zusatzkosten für Objektive (300-1.000 Euro pro Stück), Stativ (100-300 Euro) und Speicherkarten (50-100 Euro). Besonders wenn du verschiedene Aufnahmewinkel und -stile benötigst, steigen diese Kosten schnell an.

Das größte Risiko liegt jedoch in der technischen Komplexität. Moderne Kameras bieten zahlreiche Einstellungsmöglichkeiten – von Blende und Verschlusszeit bis hin zu ISO und Weißabgleich. Ohne entsprechendes Know-how kann die Bedienung schnell überfordern, was zu unterbelichteten, überbelichteten oder unscharfen Aufnahmen führt.



## ⚠ Typische Anfängerfehler bei der Kameraarbeit:

- Verwackelte Aufnahmen durch fehlende Stabilisierung
- Falsche Fokussierung, besonders bei Bewegung
- Unzureichende Auflösung für spätere Bearbeitung
- Ungeeignete Kameraeinstellungen für die Lichtverhältnisse
- Probleme mit dem Bildausschnitt und der Komposition

Selbst mit einer hochwertigen Kamera erfordert das Erstellen professioneller Aufnahmen Erfahrung und technisches Verständnis. Oft unterschätzen Einsteiger den Zeitaufwand für das Erlernen der Kameratechnik und die notwendigen Testaufnahmen, um optimale Einstellungen zu finden. Dies kann den Produktionsprozess erheblich verlängern und die Gesamtkosten in die Höhe treiben.

# Ton und Licht: Die unterschätzten Erfolgsgaranten

## Professioneller Ton

Während Zuschauer visuelle Mängel oft verzeihen, ist schlechter Ton ein sofortiger Grund, ein Video abubrechen. Ein externes Mikrofon ist daher unerlässlich – entweder ein Lavalier-Mikrofon (Ansteckmikrofon) für Interviews oder ein Richtmikrofon für allgemeine Aufnahmen.

- Kosten: 100-400 € für ein Basismikrofon
- Zusätzlich: Audiorekorder (150-300 €), Windschutz (30-50 €)
- Risiken: Rauschen, Hall, Umgebungsgeräusche, Pegelprobleme

## Optimale Beleuchtung

Selbst die beste Kamera liefert ohne adäquate Beleuchtung nur mittelmäßige Ergebnisse. Ein grundlegendes Dreipunkt-Lichtsystem mit Hauptlicht, Aufhellung und Hintergrundlicht sorgt für professionelle Ergebnisse.

- Kosten: 200-600 € für ein Basis-Lichtset
- Zusätzlich: Diffusoren (50-100 €), Farbfilter (30-80 €)
- Risiken: Harte Schatten, falsche Farbtemperatur, Flimmern

Die Herausforderungen bei Ton und Licht werden häufig unterschätzt. Raumakustik kann selbst mit guten Mikrofonen problematisch sein – besonders in hallenden Büroräumen oder bei Außenaufnahmen mit Windgeräuschen. Die nachträgliche Bearbeitung von schlechtem Ton ist extrem zeitaufwändig und oft nicht zufriedenstellend.

Bei der Beleuchtung kämpfen Anfänger häufig mit der richtigen Balance zwischen natürlichem und künstlichem Licht sowie mit der konsistenten Ausleuchtung bei längeren Drehs. Dazu kommt der logistische Aufwand: Lichtequipment ist sperrig und erfordert zusätzliche Aufbauzeit, was besonders bei wechselnden Drehorten zum Problem wird.

Während Kameras im Laufe der Zeit immer benutzerfreundlicher geworden sind, bleiben Ton und Licht technisch anspruchsvolle Bereiche, die spezialisiertes Wissen erfordern. Dies erklärt, warum selbst bei kleinen Produktionen oft Ton- und Lichtspezialisten engagiert werden – was die Produktionskosten weiter in die Höhe treibt.

# Hintergrund und Skript: Die unsichtbaren Erfolgsfaktoren

## Der perfekte Hintergrund

Ein professioneller Hintergrund trägt entscheidend zur Gesamtwirkung deines Videos bei. Die Optionen reichen von natürlichen Büroumgebungen über speziell gestaltete Sets bis hin zu Greenscreens für nachträglich eingefügte Hintergründe.

Die Kosten variieren stark: Während die Nutzung vorhandener Räume scheinbar kostenfrei ist, kommen oft Ausgaben für Aufräumen, Dekoration oder temporäre Umgestaltung hinzu. Ein Greenscreen (50-200 €) spart zwar Platz, erfordert aber gleichmäßige Ausleuchtung und Kenntnisse in der Nachbearbeitung.

Ein unruhiger oder unprofessionell wirkender Hintergrund kann die Aufmerksamkeit vom Inhalt ablenken und die Glaubwürdigkeit deiner Botschaft untergraben. Besonders bei Corporate-Videos sind Konsistenz und Markentreue im Hintergrunddesign entscheidend.

## Das überzeugende Skript

Ein durchdachtes Skript ist das Rückgrat jedes erfolgreichen Videos. Es strukturiert den Inhalt, stellt sicher, dass alle wichtigen Punkte abgedeckt werden, und hält die Aufmerksamkeit des Publikums aufrecht.

Die Erstellung eines effektiven Skripts erfordert 1-3 Stunden oder die Beauftragung eines professionellen Texters (150-500 €). Neben dem eigentlichen Text müssen Anweisungen für visuelle Elemente, Übergänge und besondere Effekte berücksichtigt werden.

Ohne eine klare Story und überzeugende Struktur verfehlt selbst das technisch perfekte Video seine Wirkung. Ein häufiger Fehler ist das Überladen mit Informationen oder das Fehlen eines klaren Handlungsaufrufs (Call-to-Action) am Ende des Videos.

### 1 Planung des Hintergrunds

Wähle einen Hintergrund, der zu deiner Marke passt und keine Ablenkungen bietet. Achte auf Tiefe im Raum und vermeide flache Wände direkt hinter der Person.

### 2 Skript-Entwicklung

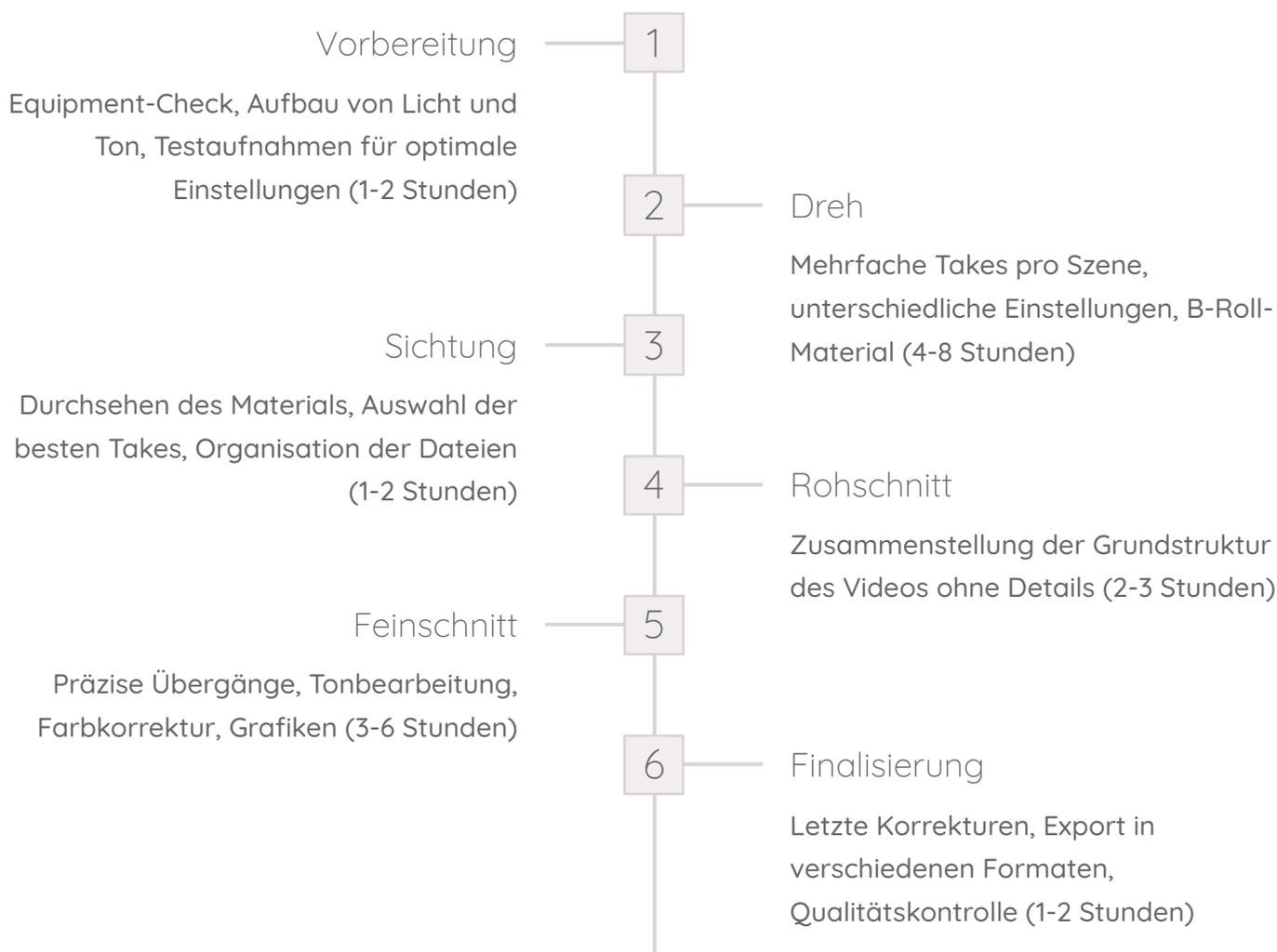
Beginne mit einem Attention-Grabber, führe klar durch den Hauptteil mit maximal 3-5 Kernpunkten und ende mit einem starken Call-to-Action. Teste das Skript durch lautes Vorlesen auf natürlichen Sprachfluss.

### 3 Visuelle Planung

Ergänze dein Skript mit Anmerkungen zu Kameraeinstellungen, visuellen Elementen und Übergängen. Ein einfaches Storyboard hilft, die visuelle Reise des Videos zu planen.

# Dreh und Schnitt: Der zeitintensive Produktionsprozess

Die eigentliche Produktion – bestehend aus Dreh und Schnitt – ist der arbeitsintensivste Teil des Videoprojekts. Selbst für ein kurzes Marketingvideo von 2-3 Minuten solltest du mit einem vollen Drehtag und 6-12 Stunden Schnittarbeit rechnen.



Der größte Zeitfresser sind unerwartete Probleme und Korrekturen. Selbst erfahrene Videografen müssen oft mit technischen Schwierigkeiten kämpfen – von unbemerkt verwackelten Aufnahmen über Tonprobleme bis hin zu Beleuchtungsfehlern, die erst beim Sichten des Materials auffallen. Jedes Problem erfordert entweder aufwendige Nachbearbeitung oder sogar neue Aufnahmen.

Besonders frustrierend sind Änderungswünsche in späteren Produktionsphasen. Während kleine Anpassungen im Rohschnitt noch relativ einfach umzusetzen sind, können Änderungen am fast fertigen Video den Zeitaufwand verdoppeln. Eine Umformulierung im Text kann bedeuten, dass ganze Sequenzen neu gedreht werden müssen, was wiederum Anpassungen bei Übergängen, Musik und Grafiken nach sich zieht.

Die Schnittarbeit selbst erfordert zudem Kenntnisse in professioneller Software wie Adobe Premiere Pro, Final Cut oder DaVinci Resolve. Diese Programme haben eine steile Lernkurve und kosten in der Regel zwischen 20 und 60 Euro monatlich für Lizenzen. Alternativ kannst du einen professionellen Cutter beauftragen, was mit 300-800 Euro pro Projekttag zu Buche schlägt.

# Team und Ressourcen: Die Skalierungsproblematik

Ein professionelles Videoteam besteht idealerweise aus mehreren Spezialisten: Kameramann, Tonmeister, Regisseur, Beleuchter und eventuell Sprecher oder Darsteller. Selbst bei kleineren Produktionen sind mindestens zwei Personen empfehlenswert – eine vor und eine hinter der Kamera.

Die Kosten für ein Minimalteam beginnen bei etwa 600 Euro pro Drehtag und können je nach Erfahrungsniveau und Umfang schnell auf 1.500 Euro oder mehr steigen. Dazu kommen Kosten für Vorbereitung, Nachbearbeitung und eventuell Anfahrt oder Übernachtung.

Das größte Problem liegt jedoch in der Skalierbarkeit. Für jedes neue Video musst du das gesamte Team erneut zusammenbringen, Equipment aufbauen und den kompletten Produktionsprozess durchlaufen. Dies macht regelmäßige Videoproduktion für viele Unternehmen logistisch und finanziell untragbar.

Die Koordination eines Videoteams bringt zusätzliche Herausforderungen mit sich. Terminabstimmungen werden mit steigender Teamgröße exponentiell schwieriger. Krankheitsausfälle oder andere unvorhergesehene Ereignisse können Produktionen verzögern oder komplett zum Stillstand bringen.

Ein weiterer oft übersehener Aspekt ist die Einarbeitung des Teams in dein spezifisches Projekt. Selbst erfahrene Videoproduzenten benötigen Zeit, um deine Marke, deine Zielgruppe und deine Botschaft zu verstehen. Diese Einarbeitungszeit fällt bei jedem neuen Produktionspartner erneut an und schmälert die Effizienz.

Die mangelnde Skalierbarkeit klassischer Videoproduktion erklärt, warum nur etwa 10% aller Unternehmer regelmäßig neue Videos veröffentlichen – trotz der bekannten Vorteile für Marketing und Vertrieb. Hier wird das Dilemma deutlich: Einerseits ist regelmäßiger Videoinhalt für erfolgreiches digitales Marketing unerlässlich, andererseits stellen die Produktionsanforderungen eine kaum zu überwindende Hürde dar.

## 1-2

Tage Drehzeit

Pro Produktionstag fallen Kosten für Personal, Equipment und Location an.

## 2-4

Teammitglieder

Mindestanzahl für eine professionelle Produktion, selbst bei kleinen Projekten.

## 3-5

Wochen Vorlaufzeit

Planung, Terminkoordination und Vorbereitung vor dem eigentlichen Dreh.

## 7-14

Tage bis zur Fertigstellung

Gesamtzeit vom Konzept bis zum fertigen Video bei klassischer Produktion.

# Die smarte Alternative: KI-Videos

Angesichts der Herausforderungen traditioneller Videoproduktion bieten KI-generierte Videos eine revolutionäre Alternative. Diese innovative Technologie ermöglicht die Erstellung professioneller Videos ohne Kamera, ohne aufwendiges Equipment und ohne großes Team – und das in einem Bruchteil der Zeit.



## Text statt Kamera

Statt aufwendiger Dreharbeiten beginnt der Prozess mit einem Skript oder Storyboard. Der Text wird zur Grundlage für alle visuellen und auditiven Elemente.



## KI-Generierung

Hochentwickelte KI-Technologien wie Heygen und ElevenLabs erzeugen realistische visuelle Inhalte und natürlich klingende Stimmen aus dem bereitgestellten Text.



## Branding-Integration

Dein Unternehmensdesign wird nahtlos integriert – von Farben und Schriften bis hin zu Logos und individuellen Designelementen.



## Schnelle Finalisierung

Das fertige Video wird optimiert und in allen benötigten Formaten für verschiedene Plattformen bereitgestellt – bereit zur Veröffentlichung.

Der entscheidende Vorteil liegt in der Skalierbarkeit. Nach dem initialen Setup können weitere Videos mit minimalem Aufwand produziert werden. Änderungen und Anpassungen erfolgen in Minuten statt Tagen, da kein neues Drehmaterial erforderlich ist. Dies ermöglicht eine konsistente Content-Strategie mit regelmäßigen Veröffentlichungen – der Schlüssel zu nachhaltigem Erfolg in sozialen Medien und Suchmaschinen.

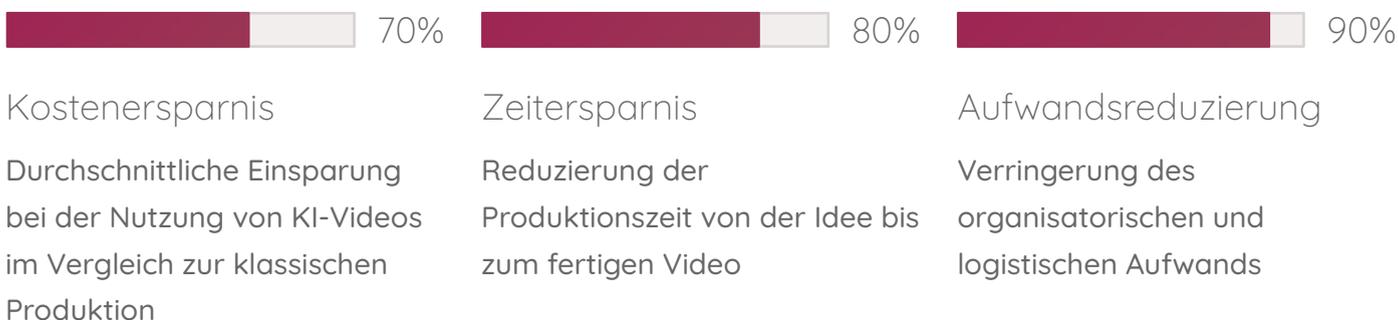
Die Qualität moderner KI-Videos ist beeindruckend. Dank fortschrittlicher Algorithmen wirken sowohl visuelle Elemente als auch Sprachausgabe natürlich und professionell. Besonders für Erklärvideos, Produktpräsentationen und informative Inhalte bieten KI-Videos eine überzeugende Alternative zu traditionellen Produktionen.

Ein weiterer Pluspunkt ist die Flexibilität: KI-Videos können leicht an verschiedene Zielgruppen angepasst werden. Der gleiche Inhalt kann in verschiedenen Sprachen, Längen oder Stilen präsentiert werden – ohne die bei klassischen Videos notwendigen Neuaufnahmen.

# KI vs. klassisch – der Direktvergleich

Um die Unterschiede zwischen traditioneller Videoproduktion und KI-basierten Lösungen klar zu verdeutlichen, lohnt sich ein direkter Vergleich der wichtigsten Faktoren. Die folgende Gegenüberstellung zeigt, wo die jeweiligen Stärken und Schwächen liegen.

Faktor	Klassische Produktion	KI-Video (wir-branden.de)
Aufwand	Hoch (Equipment, Team, Location)	Gering (hauptsächlich Textgrundlage)
Kosten	1.000–3.000 € pro Video	ab 349 € pro Video
Qualität	Hoch (bei professioneller Umsetzung)	Hoch (dank Heygen & ElevenLabs)
Zeit bis zur Fertigstellung	7-14 Tage	1-3 Tage
Korrekturen	Teuer (oft neue Aufnahmen nötig)	In Minuten möglich
Wiederverwendung	Kompliziert und aufwendig	Extrem leicht (z.B. für Videoserien)
Skalierbarkeit	Sehr begrenzt	Nahezu unbegrenzt
Flexibilität	Niedrig (Änderungen erfordern Neudreh)	Hoch (schnelle Anpassungen möglich)
Personalbedarf	2-4 Personen minimal	1 Person ausreichend



Besonders bemerkenswert ist die Kombination aus Kosteneffizienz und Qualität bei KI-Videos. Während traditionelle Produktionen entweder teuer oder qualitativ kompromissbehaftet sind, bieten KI-Lösungen professionelle Ergebnisse zu einem Bruchteil der Kosten. Dies demokratisiert die Videoproduktion und macht sie auch für kleinere Unternehmen und Solo-Unternehmer zugänglich.

Der Faktor Zeit spielt ebenfalls eine entscheidende Rolle. In der schnelllebigen digitalen Marketingwelt kann die Fähigkeit, zeitnah auf Trends oder Kundenbedürfnisse zu reagieren, über Erfolg oder Misserfolg entscheiden. Die kurze Produktionszeit von KI-Videos ermöglicht eine Agilität,

# Fazit: Die Zukunft der Videoproduktion beginnt jetzt

Die Entscheidung zwischen klassischer Videoproduktion und KI-Lösungen ist eine strategische Frage der Effizienz und Skalierbarkeit. Traditionelle Videos sind zeitaufwändig und kostspielig, während KI-Videos eine smarte Alternative für zukunftsorientierte Unternehmer bieten.

Statistiken zeigen, dass 92% der Nutzer Kaufentscheidungen durch Videos beeinflussen lassen, aber nur einer von zehn Unternehmern regelmäßig neue Videoinhalte veröffentlicht. Diese Lücke eröffnet eine große Chance für effiziente Videoproduktion.

„Die Frage ist nicht mehr, ob du Videos in deine Marketingstrategie integrieren solltest, sondern wie du dies am effizientesten und nachhaltigsten umsetzen kannst.“

1

Analysiere deine Videobedürfnisse  
Überlege, welche Arten von Videos für dein Unternehmen am wertvollsten sind und wie regelmäßig du neue Inhalte veröffentlichen möchtest. Definiere klare Ziele für deine Videostrategie.

2

Vergleiche die Optionen  
Prüfe, für welche Inhalte klassische Videos sinnvoll sein könnten und wo KI-Lösungen die bessere Wahl sind. Oft ist eine Kombination beider Ansätze optimal.

3

Starte mit einem Pilotprojekt  
Beginne mit einem ersten KI-Video, um den Prozess kennenzulernen und die Qualität zu bewerten. Nutze das Feedback für weitere Optimierungen.

4

Skaliere deine Strategie  
Baue auf Basis der gewonnenen Erfahrungen eine konsistente Content-Strategie mit regelmäßigen Veröffentlichungen auf verschiedenen Plattformen auf.

Die Revolution in der Videoproduktion hat bereits begonnen. KI-generierte Videos mit professionellen Sprechern, markengerechtem Design und SEO-Optimierung stellen eine Demokratisierung der Videoproduktion dar, die es jedem Unternehmen ermöglicht, vom Potenzial videobasierter Kommunikation zu profitieren – ohne Kamera, ohne aufwendiges Team und ohne den damit verbundenen Stress.

Nutze diese Gelegenheit, um deiner Konkurrenz einen Schritt voraus zu sein und eine Videostrategie zu implementieren, die nicht nur heute funktioniert, sondern auch für die Zukunft gerüstet ist. Dein nächstes überzeugendes Video könnte schneller, einfacher und kosteneffizienter sein, als du denkst.

# Nächster Schritt: Kostenlose Potenzialanalyse

Willst du wissen, wie du **deine Videoproduktion** automatisierst? Dann sichere dir jetzt deine kostenlose Potentialanalyse bei **wir-branchen - Die Markenmacher**.

wir-branchen - Die Markenmacher

 [info@wir-branchen.de](mailto:info@wir-branchen.de)

 [www.wir-branchen.de](http://www.wir-branchen.de)