



Social Media Video Produktion Guide 2025.

BY ONE MINUTE FILM

VORWORT

Hi, Daniel hier von ONE MINUTE FILM.

So, oder so ähnlich gehe ich ans Telefon, seit über sechseinhalb Jahren. In dieser Zeit hat sich einiges verändert. Unsere Produktionen sind aufwändiger geworden, der Content kürzer, die Schnitte noch kürzer und komplexer, und das Auftragsvolumen hat sich vervielfacht.

Wir konnten als Team beobachten, wie sich die Video- und Filmlandschaft gewandelt hat. Was heute wichtig ist, kann morgen schon total irrelevant sein. Deshalb gebe ich dir heute unsere Tipps, wie du 2025 komplett selbst mit Videocontent in deinem Marketingplan durchstarten kannst, ganz unabhängig von deinem Budget, damit du Blitzschnell auf Trends reagieren kannst

Eigentlich ist das hier ein Coaching für deinen Inhouse-Content – nur ohne Rechnung oder PayPal-Link 🙄

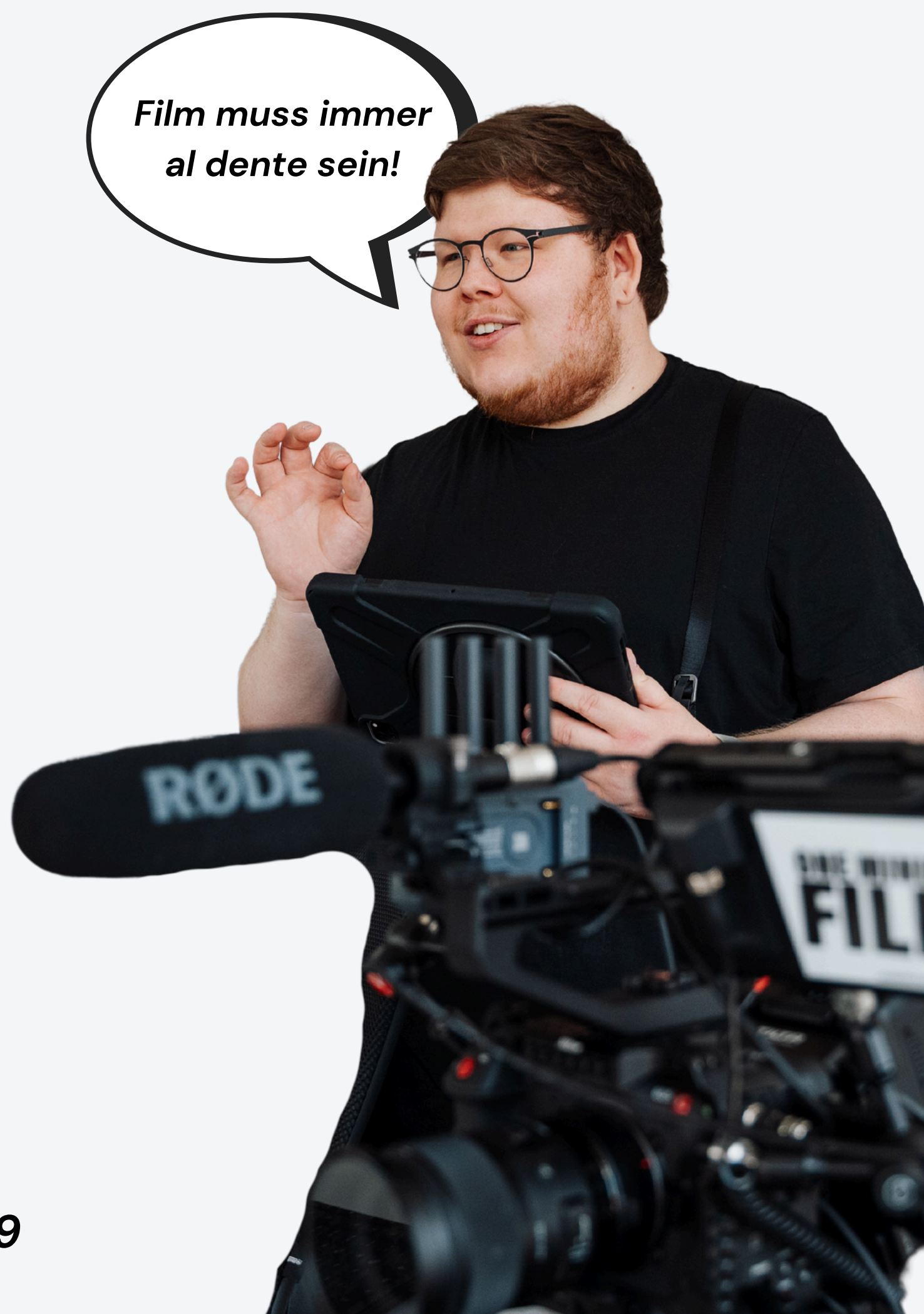
Warum ein kostenfreier Guide?

Filmproduktion ist meine Leidenschaft, und es ist schrecklich, sich anschauen zu müssen, was teilweise für Content hochgeladen wird. Der Inhalt ist in den wenigsten Fällen das Problem. Das Handwerk Videos zu produzieren wurde meist nicht erlernt oder es wurde **“einfach mal schnell nen Reel”** gedreht.

Du kennst das sicherlich auch: Ton nur auf einem Ohr oder unverständlich, falsches Framing, der Schnitt ist total langweilig oder das Video kommt nicht auf den Punkt.

Damit mir meine Augen und Ohren in Zukunft weniger schmerzen, kommt hier nun der Guide für 2025!

*Film muss immer
al dente sein!*



Übersicht

Planung & Vorbereitung	4–5
Equipment & Software	6–8
Produktion	9–11
Schnitt & Publishing	12–13
Trends 2025	14–15
Empfehlung 2025	16–17
Keine Trends	18
Fazit	19

Dies ist eine interaktive PDF, vieles kannst du anklicken und dient, als Inspo/Beispiel-Content.

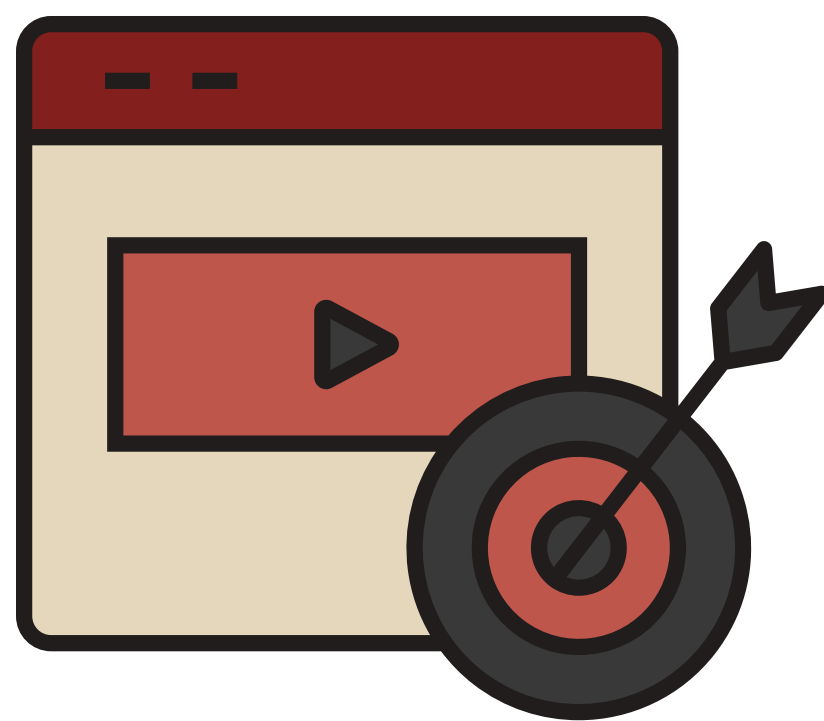
YOU CAN DO THIS

PLANUNG & VORBEREITUNG

Diese Phase wird auch Preproduktion genannt. Neben den folgenden Punkten wird hier unter anderem das Team aufgestellt und die logistischen Aspekte geplant.

1 Ziel definieren

Überlege dir, was dein Video bewirken soll. Geht es darum, dein Unternehmen vorzustellen, ein Produkt zu erklären oder deine Marke in den sozialen Medien bekannter zu machen? Ein klares Ziel hilft dir, den Fokus zu halten und dein Video optimal auf dein Publikum und die Plattform anzupassen. Ein Imagefilm bietet beispielsweise Einblicke in dein Unternehmen, während Social Media Clips kurz und knackig Aufmerksamkeit schaffen.



2 Zielgruppe

Wer soll dein Video sehen? Je besser du deine Zielgruppe kennst, desto gezielter kannst du sie ansprechen. Überlege dir, welche Probleme sie haben, was sie interessiert und wo sie sich online aufhalten. Ein Video, das die Sprache und Interessen deiner Zielgruppe trifft, hat deutlich mehr Erfolg.

3 Skript & Storyboard

Ein gutes Video braucht Struktur. Notiere dir, was du vermitteln möchtest, und bringe deine Botschaft in eine klare Reihenfolge. Ein Skript hilft dir, nichts zu vergessen, und ein Storyboard gibt dir eine visuelle Orientierung, wie die einzelnen Szenen aussehen sollen. Das spart dir später beim Dreh viel Zeit und sorgt dafür, dass dein Video professionell wirkt.

Gerade bei kleinen Produktionen ist ein Storyboard nicht zwingend notwendig. Du kannst dein Skript einfach durch eine reine Shotliste ersetzen, das spart dir enorm viel Zeit!

ERFOLGREICHE PRODUKTION

Wie wird deine Produktion Erfolgreich?

Storyboard, Moodboard und/oder Shotliste sind bereit für den Dreh, doch wie schaffst du es, dass wirklich alle eine gute Zeit vor der Kamera haben?

GUDE LAUNE!

Es ist super banal, du denkst dir wahrscheinlich – Was will der Typ mir hier für einen 🤪 erzählen? Doch was ist, wenn ich dir sage, dass gute Bilder und Videos nur dann entstehen, wenn alle am Set folgendes mitbringen: **GUTE LAUNE**

In den sechseinhalb Jahren Filmproduktion habe ich definitiv gelernt, dass gute Laune am Set den Drehtag einfach flowen lässt.

Frag unsere Kunden. Die meisten sagen dir sowas wie:

- „...es hat super viel Spaß gemacht!“
- „Ich hatte so Angst, dass es komisch vor der Kamera wird, aber ihr habt durch die gute Stimmung am Set eine familiäre Atmosphäre geschaffen, bei der ich mich wohlfühlt habe.“

Auf diese 5 Dinge achte ich bei der Planung

- Den Drehtag in 0,5- bis 2-Stunden-Slots aufteilen
 - Alle Beteiligten früh in die Planung einbeziehen, sowohl vor als auch hinter der Kamera
 - Interviews an den Anfang des Drehtages legen, wenn du viele davon planst
 - Darsteller*innen nicht unnötig lange warten lassen
 - Pausen einplanen, für ein motiviertes und fokussiertes Team
- NICES CATERING NICHT VERGESSEN ☺**

GUDE LAUNE
AM SET



TEAMWORK MAKES THE DREAM WORK

Kino vs. iPhone-Setup

Jedes Setup hat einen bestimmten Einsatzzweck, aber worin unterscheidet sich denn jetzt ein Großes Setup zu einem Iphone Setup

Image- & Werbefilm Setup

Bei großen Kameras wie den RED-, Canon- oder Sony FX-Modellen braucht es mindestens eine, oft sogar zwei Personen, die sich ausschließlich um die Kamera kümmern. Auch große Licht-Panels und eine Tonangel erfordern jeweils 1-2 Personen, um sie professionell einzusetzen.

Solche Setups bieten Filmschaffenden die Möglichkeit, cineastische Looks zu kreieren, und setzen unsere Kreativität keine Grenzen. Sie sind ideal für Werbe-, Image- und Recruitingfilme, bei denen höchste Qualität und ein professioneller Look gefragt sind. Mit einem solchen Setup können Geschichten visuell eindrucksvoll erzählt und Botschaften nachhaltig vermitteln.



Social Media Setup

Handykameras – speziell deren Sensoren – haben sich in den letzten Jahren enorm weiterentwickelt und bieten mittlerweile beeindruckende Qualität. Mit einem einfachen Setup aus einem Ringlicht oder Softboxen und einer Audio-Funkstrecke lässt sich schnell eine kleine, aber effektive Produktionsumgebung für Video-Content aufbauen. Hersteller wie DJI bieten zudem Gimbals an, die Kamerafahrten mit dem Handy unglaublich flüssig machen. Besonders erwähnenswert ist die neue DJI Mic Mini – ein echtes Powerhouse unter den Mikrofonen, das exzellenten Ton liefert und dabei unglaublich kompakt ist.

Dieses Setup ermöglicht es dir, Content zu produzieren – und das ohne große Investitionen oder technisches Know-how. Perfekt für Social Media oder schnelle Produktionen!



Technik Check

Auf den kommenden zwei Seiten gebe ich dir zwei gängige Video-Setups und einen Überblick über aktuelle Videoschnitt-Tools an die Hand!

Smartphone-Setup

ab 300€
zzgl. Handy



 **CapCut**
Vorher mit eurem Legal Team
besprechen!

DJI MIC / MIC 2 / Mic Mini

Fortgeschrittenes-Setup

ab 1000€

Letztes Update 02/2025



DJI OSMO POCKET 3

*Tipp: Wenn du die "Vlog Combo"
bestellst hast du direkt ein DJI Mic 2
Set inklusive (UVP 888€)*



**SIRUI Traveler
AM-5C**



*Final Cut Pro oder
Premiere Pro CC*

Softbox



DJI MIC / MIC 2 / Mic Mini

**WENN DU EINEN PODCAST STARTEN WILLST IST
DIESES MIKROFON DEIN NEUER BESTER FREUND!**

Schnittprogramme

Deine Übersicht über die gängigsten Tools auf dem Markt stand 11/2024

TOOL	LEVEL	FEATURE	PRICE
CapCut	Beginner	Silmples User Interface	free/Paid
Final Cut Pro X*	Beginner – Professional	Einfache Oberfläche, Super schnell zu lernen. “Günstig”	349,99 €
Davinci Resolve	Semi Professional –Professional	Farbbearbeitung auf Hollywood Niveau	Free /Paid
Premiere Pro	Semi Professional –Professional	Adobe CC + Team Work	ab 25,99€/monat

*Nur für MacOS & IOS

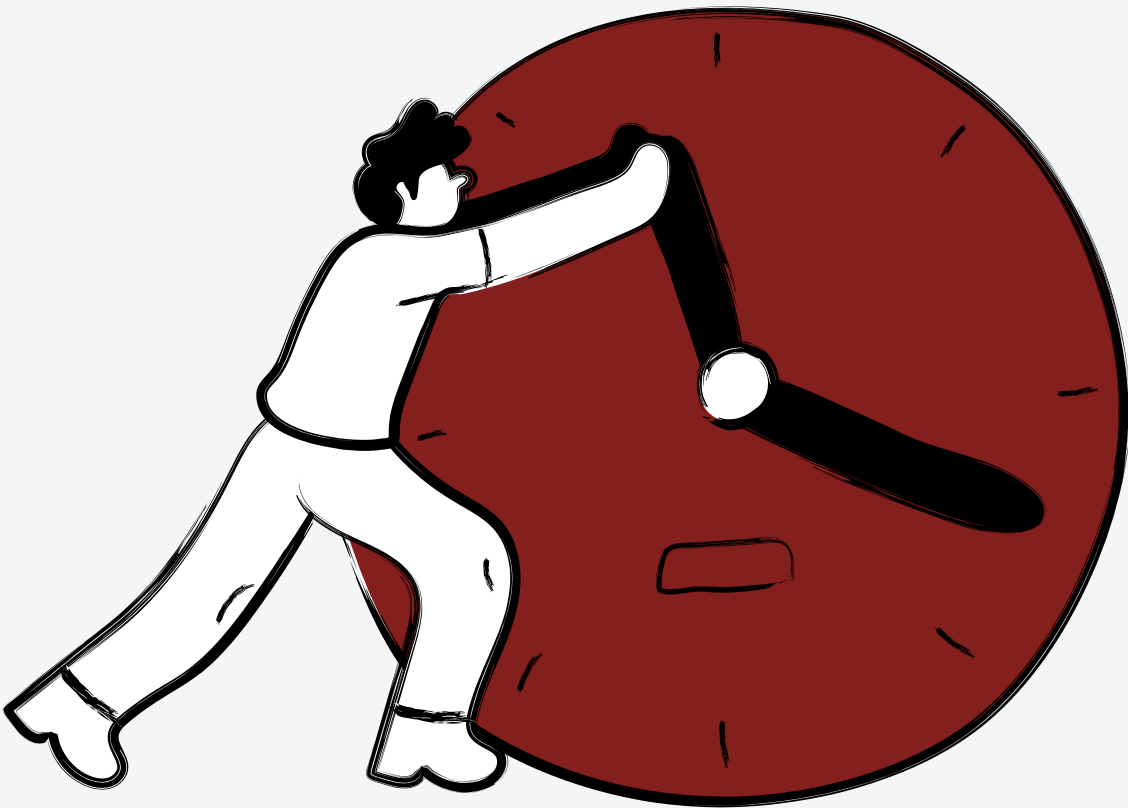
Welches Programm ist das Richtige für dich?

Das würde ich an deiner Stelle an folgenden Faktoren festmachen.

- Was muss ich schneiden?
- Sind meine Schnittaufgaben immer recht ähnlich?
- Müssen außer mir noch mehr an dem Projekt mitarbeiten können?
- Muss ich unterwegs schneiden?
- Wie ist mein Qualitätsanspruch?

Zeitaufwand

Bevor du dich voller Vorfreude und Elan in eins dieser Tools stürzt, denk daran, dass sie oft viel Zeit benötigen, um die Basics zu verstehen und zu meistern. Wähle das Tool, das dir am meisten liegt und mit dem du dich wohlfühlst.



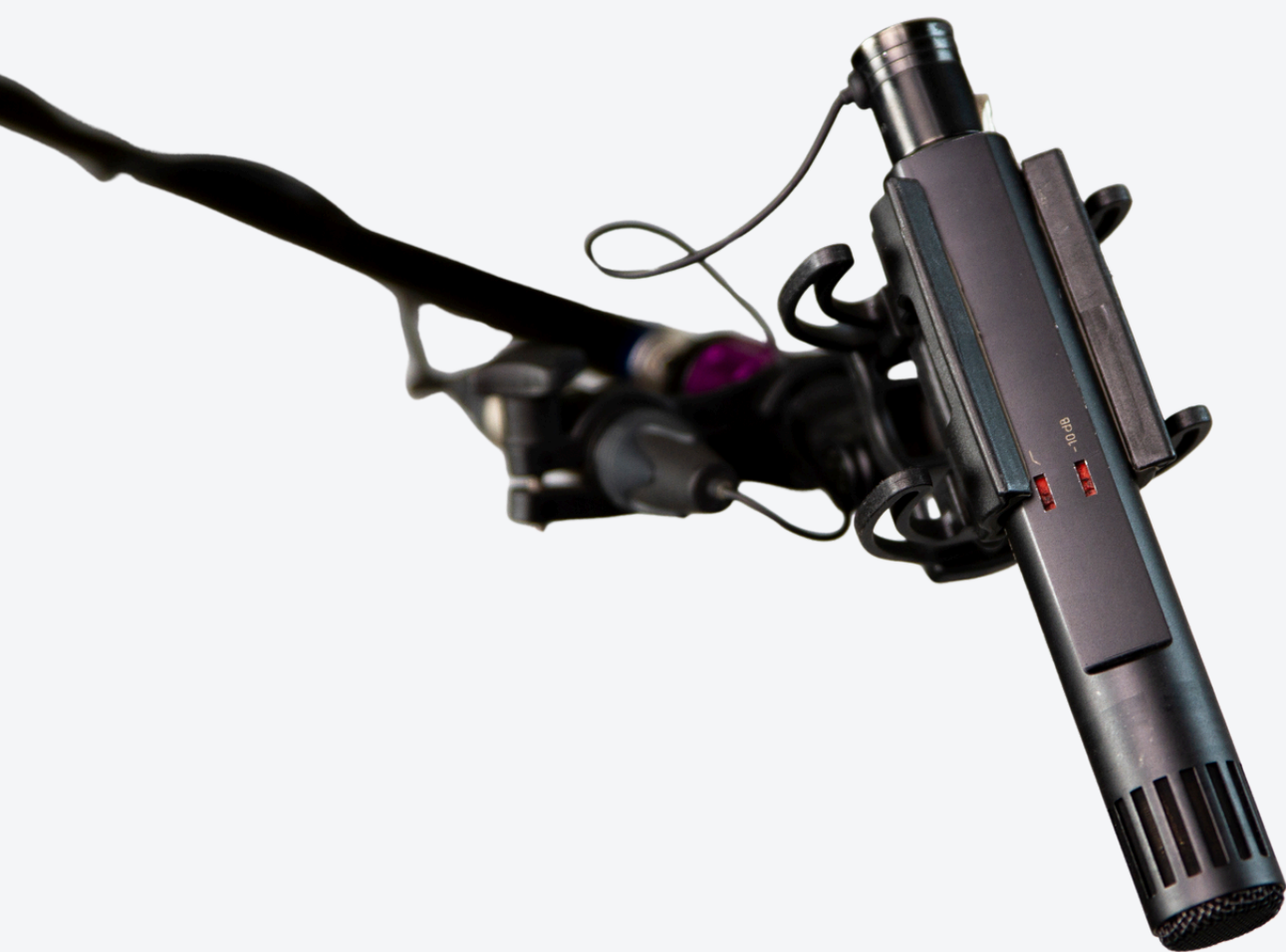
PRODUKTION

Produktion

Der Tag der Tage ist gekommen, nur wie wirds jetzt so gut wie du es dir vorgestellt hast?

Licht

Achte beim Dreh auf gutes **Licht**, damit dein Video klar und professionell aussieht. Nutze am besten **natürliches Licht** oder investiere in günstige LED-Leuchten, wenn du drinnen filmst.



Ton

Guter **Ton** macht einiges aus! Ein **externes Mikrofon** sorgt für einen viel besseren Klang als das der Kamera.

Perspektive

Je nach **Objektiv** und **Brennweite** erzeugst du einen anderen Look. Experimentiere mit verschiedenen Perspektiven, um das Bild spannend und abwechslungsreich zu gestalten.

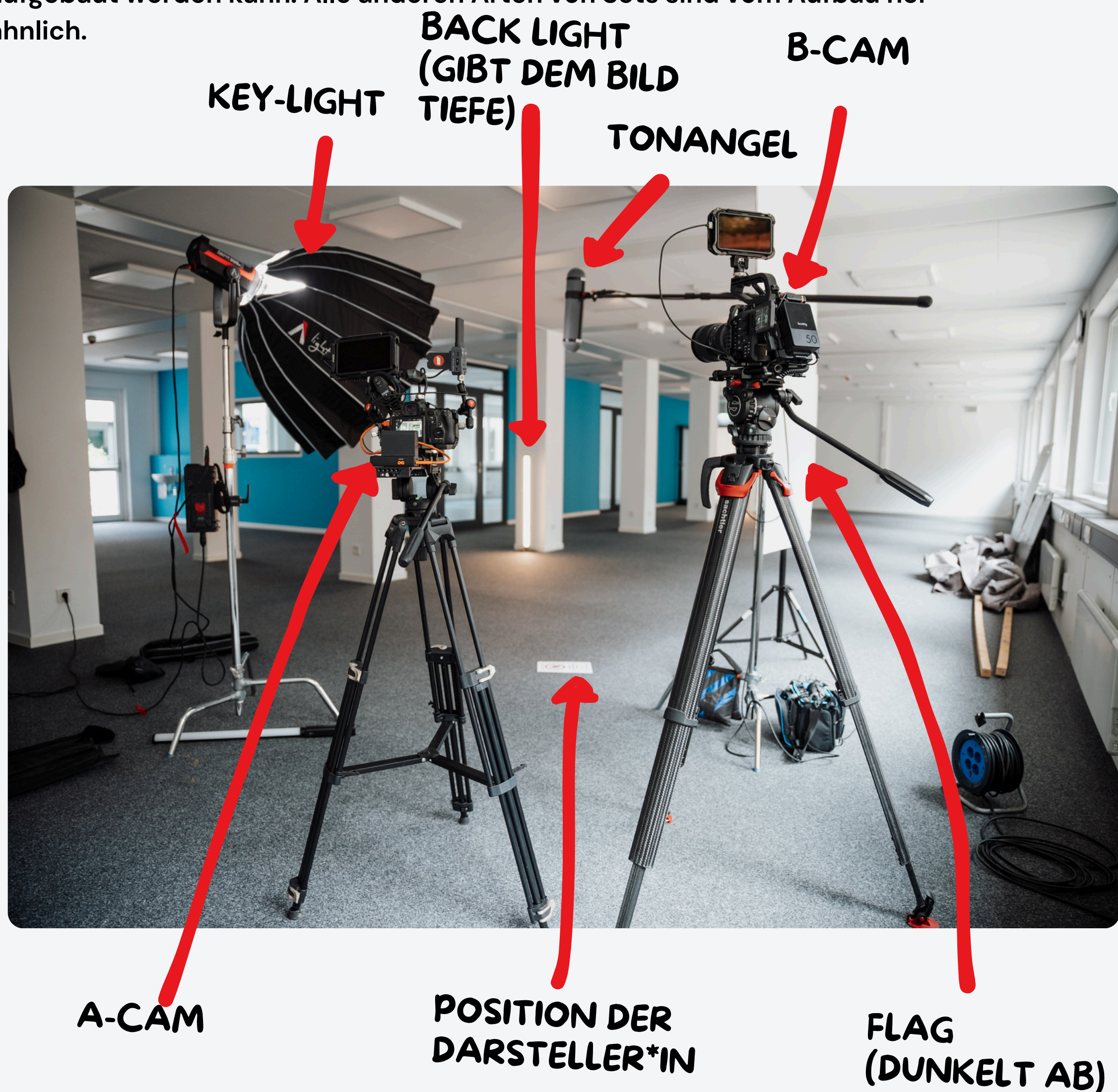


**Nahaufnahmen für Emotionen,
Weitwinkel für Kontext.**

EINBLICK IN UNSERE PRODUKTION

AUFBAU

Anhand unserer BTS Bilder kann man schön erkennen wie ein Interview Set aufgebaut werden kann. Alle anderen Arten von Sets sind vom Aufbau her ähnlich.



CLICK
↓

Final Video



Der Aufbau dieses Sets dient dir als Vorlage. Du kannst die Positionen von Licht, Ton und Kameras bei Bedarf auf der gegenüberliegenden Seite platzieren, um sie an deine Anforderungen oder die Gegebenheiten vor Ort anzupassen.

EINE FRAGE DES BLICKWINKELS

Framing

Set steht, die erste Person tritt vor die Kamera, doch wie gestaltest du nun ein interessantes Bild? 🤔

Plattform

Vorab sei gesagt, die Plattform auf der du deinen Content ausspielen magst entscheidet dein Format (9:16/16:9/1:1).

9:16

Hier solltest du näher an den Personen & Objekten sein, denn durch das Schmale Format können Kleinigkeiten im Hintergrund oder Vordergrund das Bild schnell unruhig werden lassen.

16:9

Das Klassische Film/Video Format, deiner Kreativität sind hier keine Grenzen gesetzt,

Drittelregel

Die Drittelregel besagt, dass du dein Bild in ein Raster mit drei gleich großen Flächen unterteilst. Positioniere die Person vor der Kamera auf einer der beiden Linien, um dein Bild interessanter und dynamischer wirken zu lassen. Gleichzeitig kannst du im Hintergrund durch die Unschärfe die Location subtil anteaern. Schau dir dazu das [Beispielvideo auf Seite 18](#) an. **Wichtig** – Diese Regel sollte nur im Format 16:9 angewendet werden.

Gehe mit der ☀️

Die Macht ... Das Licht sei hinter dir! Achte darauf, nicht direkt in die Sonne zu filmen, sondern in Richtung der Sonnenstrahlen. So vermeidest du Über- oder Unterbelichtung und nutzt das beste und günstigste Licht auf unserem Planeten. Also immer seitlich oder mit dem Rücken zur Sonne!



STILMITTEL:
**EIN UNSCHARFER VORDERGRUND KANN
DAS AUGE ZUM ZIEL "FÜHREN"**

Postproduktion

Dein Video ist im Kasten, doch wie schneidest du es?

Vorbereiten

Sortier das Material und lege einen Ordner an der nur das gute Zeug beinhaltet.

Schneiden

Erstelle einen Rohschnitt, das bedeutet ohne große Anpassungen die Form des Videos zu finden.

Finalisieren

Nutze Musik, Bauchbinden und Effekte wie Übergänge um dein Video zu Finalisieren.

5 Basic Tipps

Wenn es um den Filmschnitt geht kann man so einiges richtig machen, aber auch einiges Falsch. Wenn du dich aber an diese 5 Regeln hältst wirds ein Kinderspiel.

- **Kurz und Knackig**
- **Rhythmus**
- **Konsistenz**
- **Soundqualität**
- **Vermeide Stilbrüche**



BONUS

Frag dich immer, ob dein Schnitt Fragezeichen in den Köpfen deiner Community auslöst. Schau dir das Video mit einem klaren Kopf und emotionalem Abstand an. Prüfe, ob die Story und deine Schnitte logisch zusammenpassen. Achte darauf, dass der Flow stimmig ist und keine Szene die Zuschauer aus dem Konzept bringt.

Format Guideline

Du hast dein Video geschnitten und jetzt fragst du dich in welchem Format du dein Video exportieren sollst. Hier die Übersicht über die gängigen Plattformen und deren Formate.

Instagram

- Feed-Posts: 1080 x 1080 px
- Stories: 1080 x 1920 px
- Reels: 1080 x 1920 px
- MP4 (H.264-Codec)
- 30 fps

Facebook

- Feed-Posts: 1080 x 1350 px, 1200 x 630 px
- Stories: 1080 x 1920 px
- Watch & Live-Video: 1920 x 1080 px
- MP4 (H.264-Codec)
- 30 fps

YouTube

- Videos: 1920 x 1080 px
- Shorts: 1080 x 1920 px
- MP4 (H.264 oder H.265-Codec)
- 24, 30 oder 60 fps (je nach Stil und Inhalt)

TikTok

- Videos: 1080 x 1920 px
- Live-Video: 1080 x 1920 px
- MP4 oder MOV (H.264-Codec)
- 30 fps

LinkedIn

- Feed-Posts: 1200 x 627 px
- Stories: 1080 x 1920 px
- MP4 (H.264-Codec)
- 30 fps

Pinterest

- Pins: 1000 x 1500 px
- Video-Pins: 1000 x 1500 px
- MP4 (H.264-Codec)
- 24 oder 30 fps

X

- Posts: 1200 x 675 px
- Fleets: 1080 x 1920 px
- MP4 (H.264-Codec)
- 30 fps

Snapchat

- Snaps, Stories, Spotlight: 1080 x 1920 px
- MP4 oder MOV (H.264-Codec)
- 30 fps

WhatsApp

- Status: 1080 x 1920 px
- MP4 (H.264-Codec)
- 30 fps

AUSSICHTEN 2025

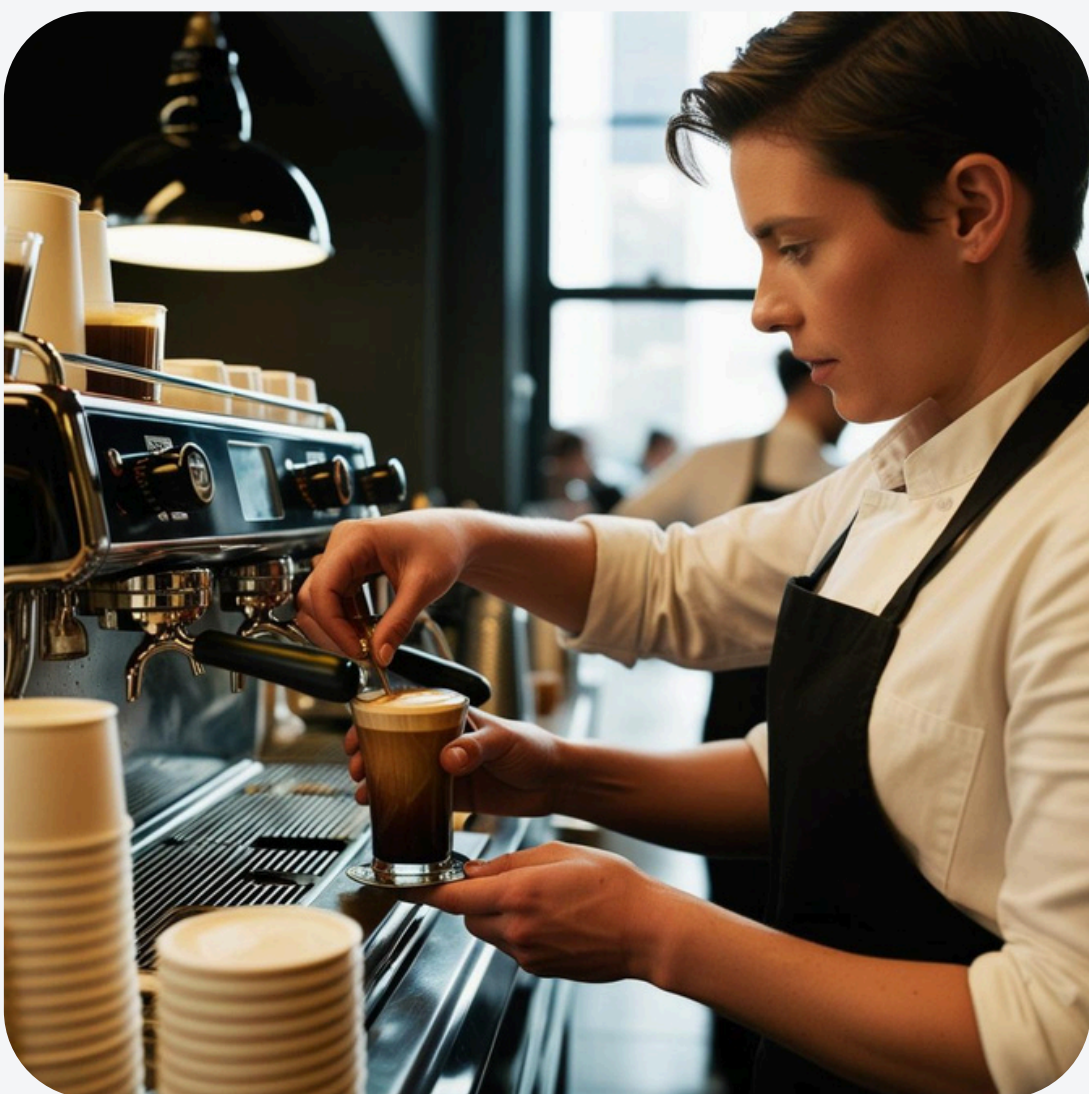
Wirklich krasse Trends kann und will ich dir nicht vorhersagen, dazu fehlt mir die Glaskugel 🧙. Aber ich möchte dir ein paar Gedanken mit auf den Weg geben.



Virtual Reality

Wir hatten im Jahr 2024 einige Anfragen dazu. Der Gedanke an diese EINE Anfrage lässt mich bis heute nicht los. Oft gibt es Dinge, die man in einem 2D-Format nicht richtig vermitteln oder mit den eigenen Augen nicht sehen kann. In einem 360-Grad-Format hingegen schon. Die Idee des Unternehmens war es, den Lebensraum bestimmter Tiere in VR/360-Grad erlebbar zu machen, damit wir Menschen verstehen, wie dieser aussieht und wie wir ihn schützen können. Dies sollte auf Messen und Events erlebbar gemacht werden, damit die Kunden den Nutzen des Produkts verstehen und die Lebensräume der Tiere geschützt werden können. Meine Reaktion auf die Anfrage -> 🤖💡

Artificial Intelligence



#freeEmma

Adobe hat uns auf der letzten ADOBE MAX Konferenz gezeigt, wie stark und wichtig AI in unseren Tools ist und in Zukunft sein wird. Dabei geht es nicht um die generative Erstellung von Content, sondern um die Erleichterung von sonst aufwendigen Arbeitsschritten.

Auch die Erweiterung von Bildern oder Videos durch Bildgenerierung und anschließende Animation in After Effects ist heute bereits ein wichtiger Teil in professionellen Workflows. Allerdings ist diese Technik noch nicht in der Breite angekommen, da sie fundiertes Know-how erfordert, um Animationen in After Effects so zu gestalten, dass sie fotorealistisch wirken.

Im April 2025 wird Apple Intelligence in Deutschland verfügbar sein – KI-generierte Bilder in Sekunden direkt auf dem Handy, ganz ohne Drittanbieter-App. Das bedeutet, unsere Feeds werden künftig noch stärker von KI-Content dominiert.

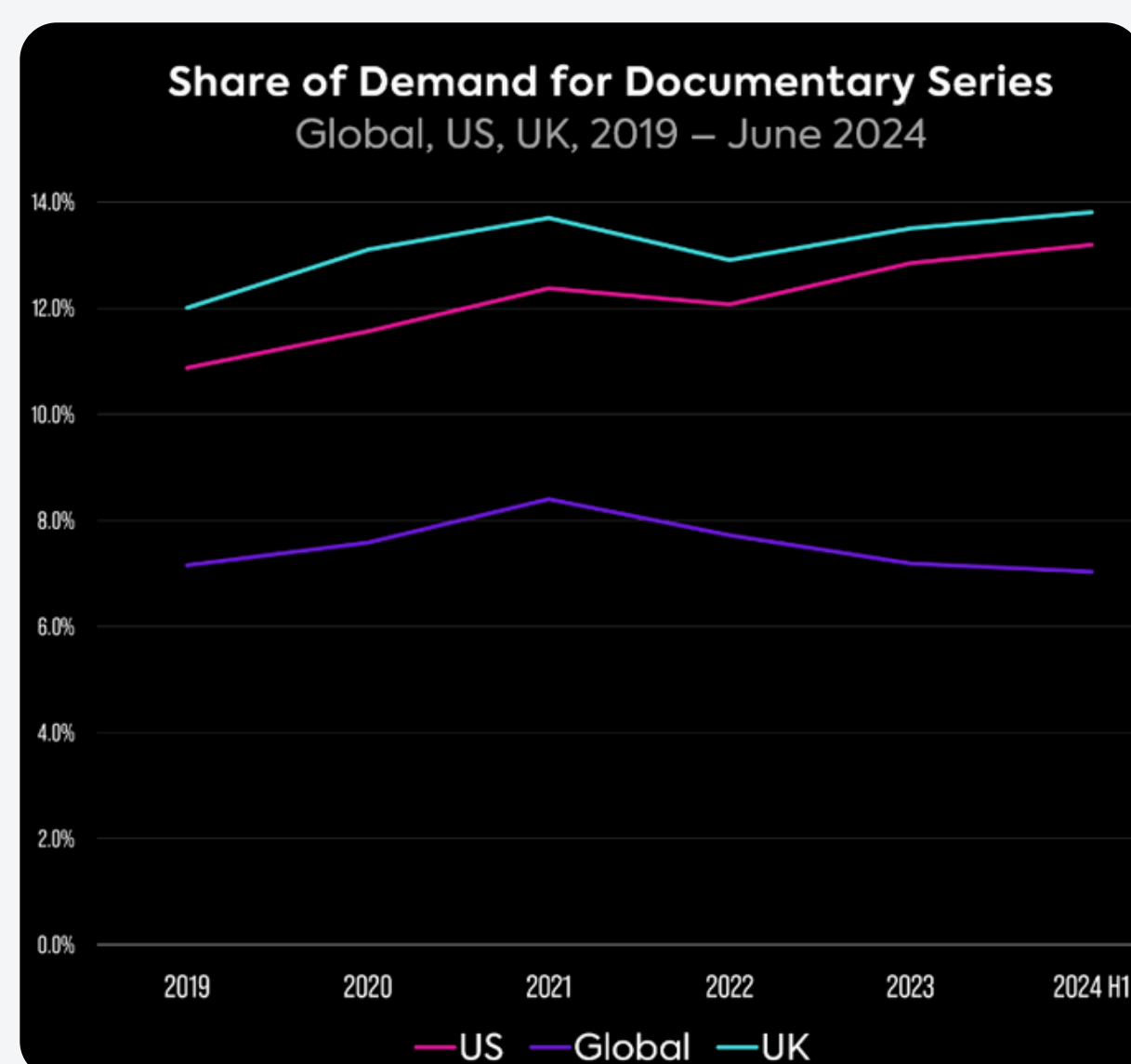
TRENDS

DOKU

Sind Dokus das neue Gold im Marketing-Mix?

Warum Dokus?

Sie bieten Unternehmen aller Branchen eine starke Möglichkeit, ihre Botschaften authentisch und nachhaltig zu kommunizieren. Egal, ob du im **B2B, B2C oder D2C** tätig bist – durch die emotionale und tiefgründige Erzählweise von Dokus kannst du eine starke Bindung zu deiner Zielgruppe aufbauen. **34 % der deutschen Internetnutzer konsumieren regelmäßig längere Dokumentationen.** Dieses steigende Interesse zeigt, dass dokumentarische Formate nicht nur für spezifische Themen wie True Crime oder Politik relevant sind, sondern auch hervorragend in die Unternehmenskommunikation integriert werden können – von der Vorstellung innovativer Produkte bis hin zu Behind-the-Scenes-Einblicken oder Experteninterviews.



Kein Budget für Netflix & Co ?

...dann ab mit dir auf YouTube!

Spiegel TV und Stern machen es mit ihren Doku-Formaten vor. Klassiker wie die Penny-Doku von der Reeperbahn oder die Dokus über Polizist*innen im Einsatz haben bereits Kultstatus erlangt und wurden millionenfach geklickt.

Die Deutsche Bahn hat vor Kurzem eine Dokuserie gestartet, die dem Unternehmen bisher ausschließlich positives Feedback eingebracht hat. DIE DEUTSCHE BAHN 🤯!

[CLICK DOKU LINK](#)

ALL IN – DOKU?

Aktuell sehen wir laut der Statistik von Parrot Analytics einen starken Anstieg im Bereich Doku-Serien in den USA und Großbritannien. Können wir also davon ausgehen, dass dieser Trend 2025 auch bei uns ankommt? Das weiß aktuell niemand so genau, aber eines ist sicher: Auch der DACH-Raum liebt seine Dokus. Egal, ob es um eine Doku über ein Unternehmen geht, den Anbau oder die Produktion eines Produkts – Menschen sind neugierig und wollen verstehen, was „Behind the Scenes“ in Unternehmen passiert. Also, lass sie doch daran teilhaben!

EMPFEHLUNG

YOUTUBE



Uns liegt es sehr am Herzen, dass Content langlebig ist. Denn auch in der Filmproduktion spielt **Nachhaltigkeit** (zumindest für uns) eine **große Rolle**. Wenn ein Video auch nach 5 oder 10 Jahren noch geklickt wird, freut uns das ungemein – und es zeigt, dass wir mit Weitsicht gearbeitet haben und nicht nur “irgendwas” Produziert haben. Deshalb möchte ich dir als Tipp für kommendes Jahr YouTube ans Herz legen. Die Facts, Inspo und unser YouTube 101 findest du auf den kommenden Seiten!

Was YouTube besonders macht

YouTube kann viel aber was macht es nun wirklich **einzigartig**, und warum wird es tagtäglich von vielen **Millionen Menschen in Deutschland SO GERNE** genutzt?

- Riesige Community Weltweit (70.9 Millionen User in DE*)
- Deine Videos wie ein Online Katalog für deine Kund*innen
- Dein Content kann und sollte SEO optimiert werden
- Engagement und Kundenbindung extrem stark
- Integration der Videos in deine Website (SEO)
- Nachhaltige Inhalte die auch in mehreren Jahren noch geklickt werden können.
- Entlastung Einzelhandel/ Support Hotline

Meine Top 3 Dach Accounts



CLICK ↗



*Die Daten stammen aus YouTube's eigener Werbereichweite, die von DataReportal und Global Media Insight analysiert wurde.

EMPFEHLUNG

YOUTUBE BASICS

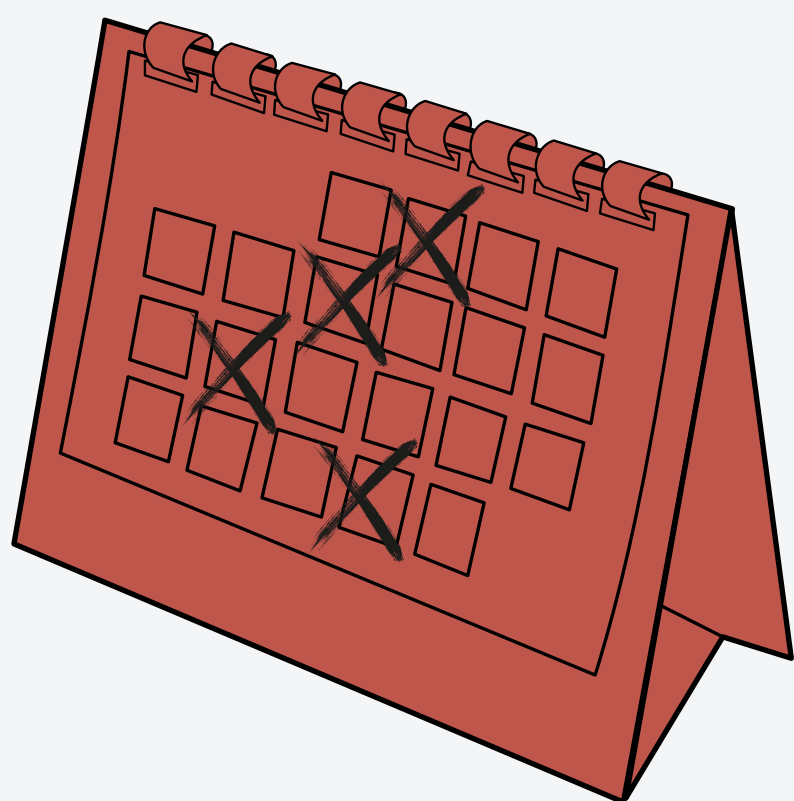


Zielgruppenrelevanz

Nur wenn du verstehst, was deine Zielgruppe interessiert, kannst du Inhalte für YouTube schaffen, die ihnen echten Mehrwert bieten und langfristig unterhalten. Also, überleg dir genau, wer deine Zuschauer sind und welche Themen, Fragen oder Herausforderungen sie beschäftigen – so bleiben sie am Ball und kommen für mehr Videos zurück.

PRODUKTIONSQUALITÄT

Zuschauer erwarten auf YouTube mit die höchste Qualität im bezug auf Bild, Ton & Inhalt im vergleich zu allen anderen Social Media Plattformen. Lass dich aber von dieser hürde nicht abschrecken. Mit ein wenig übung und dem befolgen meiner Tipps von Seite 4-13 bist du bestens ausgestattet für dein erstes/nächstes YouTube Video.



CONTENT CADENCE

Wie oft solltest du Content auf Youtube Veröffentlichen fragst du dich? Wie überall gibt es hier keine Magische Zahl. Meine Empfehlung liegt bei mindestens einem Video pro Woche, wenn du das nicht schaffst würde ich auf jede 2. Woche gehen. Somit etablierst du (d)eine Content Cadence und deine Community weiß wann sie wieder mit nem coolen Video von dir rechnen kann!

Weiterhin richtig & wichtig

Neben deinem Social Media Content sollte auch dein Image regelmäßig im Marketing-Mix auftauchen. Besonders im Bereich Employer Branding gibt es aktuell wohl kaum ein heißeres Thema.

Imagefilm

Der klassische Imagefilm hat ausgedient – heute geht es um Authentizität und Persönlichkeit. Wenn ein Geschäftsführer im Film selbst erzählt, wo die Reise des Unternehmens begonnen hat und wo es in den nächsten 5-10 Jahren hingehen soll, entsteht echtes, sympathisches Storytelling, das begeistert und in Erinnerung bleibt.



CLICK ↗



Employer Branding

Nichts war 2024 für unsere Kunden so wichtig wie Recruiting-Content. Der Fachkräftemangel wird auch 2025 nicht verschwinden – und eine starke Recruiting-Kampagne ist gleichzeitig eine starke Image-Kampagne. Also, schließt euch mit eurem HR-Team kurz und wagt den Schritt in die Welt der Recruiting Filme!

Vorstellungsvideo

Das ist das Video, das deine Community zuerst auf deinen Social Media Kanälen sehen wird – zum Beispiel auf YouTube, wo es einen speziellen Abschnitt auf deiner Kanal-Seite gibt. Auf TikTok und Instagram kann es einfach ein angepinnter Post sein. Hier vermittelst du Werte und zeigst deiner Community, was sie erwartet.

FAZIT

Videoproduktion...

...für Social Media kann echt anstrengend sein, gerade heutzutage, wo wir ständig den Trends von morgen hinterherjagen. Aber egal, wie deine Videos aussehen, solange du welche produzierst (und sie bestenfalls konvertieren), machst du deinen Job gut! Mach dir keinen Kopf wegen High-Quality Content, den du heute vielleicht noch nicht erreichst. Achte stattdessen auf guten Ton und ein in sich logisches Video und gutes Storytelling. Mit diesen Basics steht dem Erfolg deiner Produktion nichts mehr im Weg!

Du hast jetzt so richtig lust bekommen auf eine Kreative Zusammenarbeit mit uns?

Lass uns quatschen und schauen, wie wir dich unterstützen können!



info@oneminutefilm.de



+49(0)69 3006 0920



www.oneminutefilm.de

Ich hoffe, dir hat unser Guide gefallen und du konntest einiges an Infos für deine nächste Produktion mitnehmen!

DANIEL WACKER
CREATIVE PRODUCER

