

The background of the image is a light-colored wooden floor with a square parquet pattern. Several colorful paper streamers are scattered across the floor. One streamer on the left has a blue and yellow geometric pattern. Another streamer in the center has a vibrant, multi-colored geometric pattern. A third streamer on the right has a green and yellow pattern with small circular motifs. The streamers are coiled and draped across the floor.

Jetzt erstmal:

**Herzlichen Glückwunsch
zum Film!**

FORSTORY

Inhaltsverzeichnis

1. Dateien über Dateien — was nun?
2. Sicherung von Dateien
3. Abkürzungen
4. **Hochladen einer Datei**
 - 4.1 Welche Formate gibt es und wofür brauche ich was?
 - 4.2 Wie verwende ich Filmdateien? Wie verschicke ich den Film?
 - 4.3 Was sind Untertitel? Was mache ich mit einer SRT-Datei?
 - 4.4 Ich möchte meinen Film hochladen! Was muss ich beachten?
 - 4.5 Wie veröffentliche ich den Film auf meiner eigenen Webseite?
5. **Social Media**
 - 5.1 Wie poste ich auf Social Media?
 - 5.2 Was sollte mein Social Media Post enthalten?
 - 5.3 Tipps für mehr Reichweite
6. **Wie geht es weiter?**
7. Abschluss

Seite 3

Seite 4

Seite 5

Seite 6

Seite 6

Seite 7

Seite 8

Seite 9

Seite 10

Seite 11

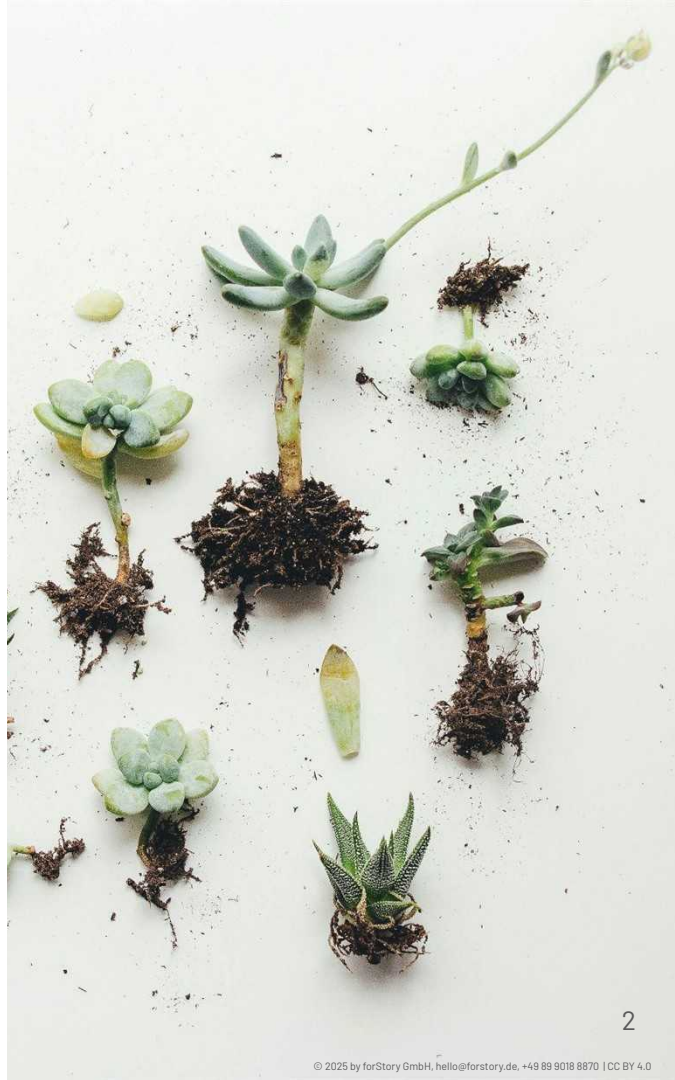
Seite 11

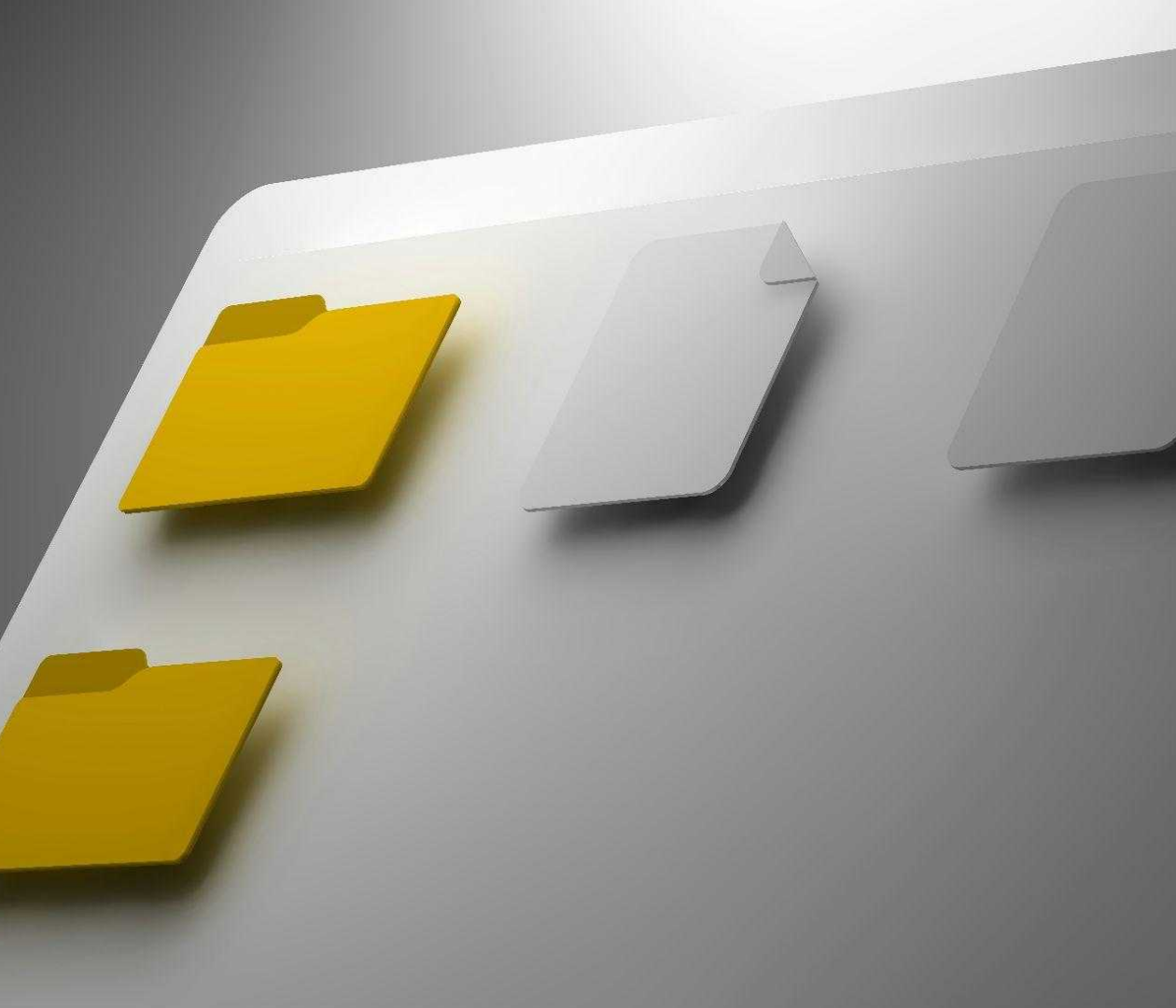
Seite 12

Seite 13

Seite 16

Seite 17





1. Dateien über Dateien – was nun?

Je nach Projekt bekommt ihr von uns eine oder mehrere Dateien. Die verschiedenen Dateien können verschiedene Inhalte haben, aber es kann auch derselbe Film in verschiedenen Qualitätsstufen / Auflösungen sein. **Speichert, wenn möglich immer alle Dateien ab, die ihr von uns bekommt.**

Sortiert euch die Dateien so, dass sie zu eurer Ordnung passen: Erstellt Ordner, benennt sie um, erstellt Textdateien etc.

2. Sicherung von Dateien

Speichert eure Dateien **sorgfältig** ab und schaut, dass sie nach Möglichkeit auch noch an einem **zweiten Ort** (andere Festplatte, anderer Server, USB-Stick etc.) abliegen. Zur Sicherheit!

Wir von forStory speichern eure finalen Dateien ebenfalls auf unserem Server ab und heben sie auf.

Das Rohmaterial löschen wir nach Projektabschluss nicht direkt, sondern bewahren es in der Regel mindestens 6 Monate auf.





3. Abkürzungen

Manchmal verwenden wir **Abkürzungen und Fachbegriffe** in unseren Dateinamen. Das bedeuten sie:

- Vorschaudateien: Preview
- Untertitel: UT, Subtitles
- hohe Auflösung: UHD, 4K, 2160p
- Standard-Auflösung: HD, FHD, 1080p

Manchmal befinden sich auch andere kryptische Dateien im Ordner. Dateien wie "desktop.ini" könnt ihr getrost ignorieren oder einfach löschen. Alles Wichtige hat Endungen wie ".MP4", ".MOV", ".SRT" oder ggf. Foto-Formate wie ".JPG", ".PNG"

4. Hochladen einer Datei

4.1 Welche Formate gibt es und wofür brauche ich was?

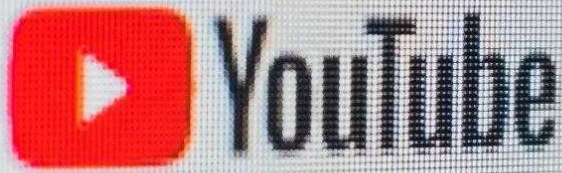
Filmdateien können viele verschiedene Formate haben. Der Klassiker ist 16:9 Breitbild, so wie viele Fernseher und externe Monitore. Auf Social Media sehr gängig sind Hochkant-Formate, wie z.B. 9:16.

Je nachdem, wo man hochlädt, sind verschiedene Formate und Längen sinnvoll:

- **Instagram Feed:** 16:9, 4:5
- **Instagram Story:** 9:16 (max. 60 Sekunden)
- **Instagram Reel:** 9:16 (max. 20 Minuten)
- **TikTok:** 9:16 (max. 60 Min.)
- **LinkedIn:** 16:9, 4:5 (max. 10 Min.)
- **YouTube:** 16:9
- **YouTube Shorts:** 9:16 (max. 3 Min.)
- **Facebook:** 16:9, 4:5

Instagram und TikTok testen ständig neue Formate um konkurrenzfähig zu sein. Deswegen ist es unter Umständen auch möglich, deutlich längere Videos auf Instagram und TikTok hochzuladen.





Home

Trending

4.2 Wie verwende ich Filmdateien?

Wie verschicke ich den Film?

Möchte man einen Film auf Social Media posten, dann bietet es sich an, diesen direkt auf der Plattform zu posten. Direkt hochgeladener Content performt in der Regel immer besser, als z.B. ein YouTube-Link. Dieser macht dann Sinn, wenn man möglichst alle Klicks auf einem Video sammeln möchte, wenn dieses z.B. auf der Plattform YouTube gut performen soll.

YouTube-Links lassen sich in den meisten CMS einfach einbinden. Außerdem sorgt YouTube mit vielen quality of life features dafür, dass der Film reibungslos abgespielt werden kann. Dazu unter 4.5 noch mehr.

Möchte man den Film verschicken, muss man sich die Frage stellen, was die empfangende Person damit machen können soll: Nur anschauen, oder auch z.B. woanders hochladen? Für letzteres ist es sinnvoll, den Link über eine Filesharing-Plattform (z.B. WeTransfer, Tresorit Send etc.) oder eine Cloud (z.B. OneDrive, Google Drive oder Dropbox) zu verschicken.

4.3 Was sind Untertitel?

Was mache ich mit einer SRT-Datei?

Untertitel sind Texte, die in Filmen eingeblendet werden, um Zuschauenden den gesprochenen Inhalt in einer anderen Sprache oder für Hörgeschädigte zugänglich zu machen.

Untertitel können fester Bestandteil des Films ("eingebrennt") oder individuell zuschaltbar sein (z.B. als zusätzliche "SRT-Datei"). Welche Variante für euch am besten geeignet ist, haben wir zu diesem Zeitpunkt schon mit euch geklärt.

Zuschaltbare Untertitel kommen in den meisten Fällen als extra Datei (neben der Filmdatei) und haben die Dateiendung ".SRT". Diese Datei kann beim Upload auf z.B. YouTube, LinkedIn, Facebook Ads separat hochladen werden, sodass die Untertitel bei Bedarf dem Video zugeschaltet werden können.





4.4 Ich möchte meinen Film hochladen!

Was muss ich beachten?

- Immer die Datei mit der höchsten Qualität hochladen. Das ist in aller Regel die größte Datei.
- SRT-Datei (zuschaltbare Untertitel) nicht vergessen!
- Verwendet einen klaren und griffigen Titel. Formuliert eine treffende Beschreibung.
- Erstellt ein ansprechendes Thumbnail (Vorschaubild), das Lust machen soll, den Film

4.5 Wie veröffentliche ich den Film auf meiner eigenen Webseite?

Möchtet ihr euren Film auf eurer Webseite veröffentlichen, dann gibt es mehrere Optionen:

Den Film **extern hochladen** und auf eurer Webseite einzubetten ist heutzutage der Standard und meist die beste Wahl. Als kostenlose und weit verbreitete Plattformen stehen euch da z.B. YouTube oder Vimeo zur Verfügung. Eine besonders datenschutzfreundliche Lösung bietet der deutsche Anbieter 3Q. Film hochgeladen? Dann kopiert ihr als nächstes einen Link oder HTML-Code-Schnipsel, den ihr einfach auf eurer Webseite im CMS einfügen könnt – meist unter dem Stichwort “Einbetten”, “Markdown”, “Video-URL” oder “HTML”.

Alternativ könnt ihr den Film auch **selbst hosten**. Das heißt, ihr ladet ihn auf eurem Webserver hoch und bindet die Mediendatei ein. Bei dieser Methode habt ihr volle Kontrolle über das Aussehen des Players – es läuft ja alles über euer System. Das macht bei leichtgewichtigen Fotos und Grafiken Sinn, führt bei größeren Filmdateien aber schnell zu Bandbreiten-Problemen (begrenzter Online-Speicher, lange Ladezeiten, Traffic-Kosten, ruckelige Wiedergabe bei schlechtem Internet). Wir würden hiervon also abraten, außer ihr seid Hosting-Expert:innen 😊

```
een-reader-text:active,
een-reader-text:focus {
background-color: #f1f1f1;
border-radius: 3px;
box-shadow: 0 0 2px 2px r
clip: auto !important;
color: #21759b;
display: block;
font-size: 14px;
font-size: 0.875rem;
font-weight: bold;
height: auto;
left: 5px;
line-height: normal;
padding: 15px 23px 14px;
text-decoration: none;
top: 5px;
width: auto;
```



5. Social Media

5.1 Sollte ich meine Inhalte auf Social Media posten? Und wie?

Damit du bei der Zielgruppe präsenter bist, lohnt es sich, deine Filme auf **Social Media** zu posten.

Die meisten Personen nutzen Social-Media auf ihrem **Smartphone**, weshalb dieser Faktor immer mit berücksichtigt werden sollte.

Lade deinen Film in einem **Hochkant-Format (9:16 / 4:5)** oder im **quadratischen Format (1:1)** hoch – Diese Formate nehmen mehr Bildschirmfläche auf Mobilgeräten ein und sind damit gut geeignet, mehr Aufmerksamkeit für deinen Film zu generieren (siehe hierzu Seite ...).

Deine Zielgruppe entscheidet über die Social-Media-Plattform:

- **B2B – Kund:innen** holst du am besten auf **LinkedIn** ab
- **B2C – Kund:innen** findest du auf **Instagram, TikTok oder Facebook**.
Orientiere dich für eine feinere Auswahl bspw. an Altersgruppe oder Sinus-Milieus.

Um eine größere Reichweite zu erzielen, kann es helfen, den Film auf **mehreren Social-Media-Kanälen gleichzeitig** zu posten.



5.2 Was sollte mein Social Media Post enthalten?

Ein Social Media Post enthält meist bestimmte Elemente, die wir uns zunutze machen können:

Thumbnails sollten attraktiv und informativ sein. Füge kurze, prägnante Texte hinzu, die den Inhalt des Videos erklären und Neugier wecken.

Ein klarer und direkter **Call to Action** (CTA) fordert die Zuschauer auf, zu liken, zu teilen, zu kommentieren oder zu folgen.

Nutze die **Umfrage- und Abstimmungsfunktionen** der Plattformen. Dies fördert das Engagement und die aktive Teilnahme deiner Zuschauer.

Achte darauf, dass der Film mit **Untertiteln** hochgeladen wird. Viele deiner Zuschauer:innen sehen den Film vermutlich ohne Ton.

Binde dein **Netzwerk** ein, um neue Zielgruppen zu erreichen und die Sichtbarkeit zu erhöhen.

Für Instagram, Facebook und TikTok: Erstelle eine sogenannte **“Story”**, die deinen Follower:innen zeigt, dass du einen neuen Beitrag hochgeladen hast.

5.3 Allgemeine Tipps für mehr Reichweite

Es ist unwahrscheinlich, dass jedes Video viral geht, aber konsistente Bemühungen können stetig deine **Reichweite und Engagement verbessern**. Setze realistische Ziele und fokussiere dich auf kontinuierliches Wachstum.

Kenntnis deiner **Zielgruppe** ist entscheidend. Erstelle Inhalte, die deren Interessen und Bedürfnisse ansprechen, um deren Engagement zu maximieren und langfristige Follower zu gewinnen.

Ein **ansprechender Titel und eine informative Beschreibung** sind essenziell, um Aufmerksamkeit zu erregen. Verwende relevante Keywords, um die Auffindbarkeit deiner Videos zu verbessern.

Halte dich über **aktuelle Themen und Trends** auf dem Laufenden und integriere sie in deine Inhalte. Verwende ggf. relevante Hashtags, um die Auffindbarkeit und Reichweite deiner Videos zu erhöhen.

Regelmäßiges Posten von Inhalten steigert die **Sichtbarkeit**. So wirst du vom Algorithmus auch unterstützt. Wir haben **tolles Material** und weil wir wissen, dass Regelmäßigkeit ein wichtiger Faktor ist, können wir dich darin unterstützen, deinen Social Media Auftritt mit zusätzlichem Content noch ansprechender zu machen.





Reichweiten-Tipps für LinkedIn

LinkedIn ist DAS B2B Netzwerk, welches Expert:innen, Kund:innen und wichtige Entscheider:innen in Unternehmen vereint. Mit diesen Tipps holst du das Beste aus dem Algorithmus von LinkedIn heraus:

Poste vormittags – zwischen 8 und 11 Uhr sind die meisten Nutzer:innen online und bereit, deinen neuen Film zu sehen. Bleibe **vor- und nach dem Posten noch aktiv auf LinkedIn**, indem du Kommentare schreibst und Likes verteilst.

Dienstag und Donnerstag sind laut Studien die besten Tage, um deinen Film zu posten.

Die Interaktionen der ersten 60 Minuten entscheiden über den Erfolg deines Beitrags. Je öfter der Beitrag **kommentiert, geteilt oder gespeichert** wird, desto relevanter wird er für LinkedIn. Antworte daher zeitnah auf Kommentare oder lass den Beitrag von deinem Team noch einmal direkt teilen. Gib auch uns gerne Bescheid, wann du deinen Film posten möchtest – so stehen wir auch ganz vorne in deinen Kommentaren ;)

Markiere Mitwirkende, um sie auf deinen Post aufmerksam zu machen

Hashtags sind bei LinkedIn nicht relevant. Links solltest du aus dem Beitrag entfernen und stattdessen in einen angepinnten Kommentar einfügen.



Reichweiten-Tipps für TikTok, Instagram und Facebook

Für B2C sind die Plattformen TikTok, Instagram und Facebook nicht mehr wegzudenken. Um hier den Algorithmus zu nutzen, beachte Folgendes:

Poste entweder vormittags zwischen 9 und 13 Uhr oder abends zwischen 17 und 21 Uhr. Bleibe **vor- und nach dem Posten noch aktiv**, indem du Kommentare schreibst und Likes verteilst.

Zwischen Mittwoch und Freitag sind die meisten Nutzer:innen auf den jeweiligen Plattformen aktiv.

Auch hier gilt: Je öfter der Beitrag **kommentiert, geteilt oder gespeichert** wird, desto relevanter wird er. Ein Kommentar ist relevanter als ein Like.

Wie lange Nutzer:innen auf deinem Film verweilen, bestimmt die Relevanz des Filmes.

Hashtags sind für diese Plattformen relevant. Nutze dafür 3-5 spezifische Hashtags, die nicht austauschbar und gleichzeitig keine Wortneuschöpfungen sind. So wird der Beitrag unter dem jeweiligen Hashtag gefunden.



6. Wie geht es weiter?

Wir haben gemeinsam so viel tolles Material gesammelt! Meldet euch bei uns, wenn ihr gemeinsam überlegen wollt, wie eine Weiterverwertung aussehen kann.

Gerne unterstützen wir auch dabei, dass euer Film die richtigen Leute erreicht und von vielen gesehen wird.



Ihr braucht Unterstützung?

Meldet euch gerne bei eurer bisherigen Ansprechperson.

Oder einfach unkompliziert bei uns im Büro unter:

hello@forstory.de | +49 89 9018 8870