

Branding Guidelines auf Video erweitern

19 Tipps für die Erweiterung Ihrer Visual Identity auf Video

Für Eilige:

1. Definieren Sie RGB Farbwerte.
2. Verzichten Sie auf kleine Logos.
3. Halten Sie Logos als PNG / SVG vor.
4. Ihr Logo muss immer sichtbar sein.
5. Print Schriften \neq Display Schriften.
6. Definieren Sie die Typografie.
7. Elemente & Gestaltung definieren.
8. Definieren Sie Abstände zum Rand.
9. Die Steuerleiste von Videoplayern.
10. Objekte und deren Farben.
11. Definieren Sie den Stil Ihres Videos.
12. Verzichten Sie auf Farbverläufe.
13. Erstellen Sie eine Logoanimation.
14. Kapiteltrenner & Co. als Animation.
15. Der Fluch des Bildseitenverhältnis
16. Thumbnail Design definieren
17. Powerpoint & Keynote in Videos
18. Quellennachweise definieren
19. Checkliste für Video C.D.

Warum das Ganze?

Branding Guidelines enthalten Vorgaben rund um das Corporate Design. Wie sehen Logos auf Visitenkarten aus? Welche Farben werden online genutzt? Welche Abstände müssen visuelle Elemente zum Rand haben? Welche Schrift wird wann genutzt? Wie groß darf diese sein? Und und und....

Was fehlt in vielen Branding Guidelines? Vorgaben für Videos.

Videos gibt es nicht nur auf YouTube. Auch auf Webseiten sind sie zu sehen. Auf einer Messe laufen sie auf Bildschirmen. Sie laufen auf Displays am Point of Sale. Menschen sehen Videos in Arztpraxen, an Tankstellen, im Kaufhaus. Sie schauen sich Videos auf dem Handy an, nutzen ein Tablet oder informieren sich an ihrem Desktop PC. Videos sind allgegenwärtig auf Plattformen und Endgeräten, die unterschiedlicher nicht sein könnten. Ihre Gestaltung muss daher kompatibel sein.

In diesem Whitepaper erfahren Sie, welche Gestaltungsmerkmale bei Videos zu beachten sind und wie Sie diese in Ihre bestehenden Branding Guidelines integrieren.

1. RGB Farben definieren

Druckdaten arbeiten mit Farbräumen, damit Farben auf Broschüren, Flyer und Co. immer gleich aussehen. Diese Farbräume gibt es auch für Videos. Fernseher, Handys oder Monitore verarbeiten sie, stellen die Farben aber nur teilweise so dar, wie Sie sich das wünschen. Ihr Einfluss endet wenn der Nutzer sein Handy heller oder dunkler stellt, die Sonne darauf strahlt oder er sein Endgerät nicht kalibriert (was bei Handys derzeit gar nicht möglich ist). Für Sie heißt das, dass Sie auch für Videos dieselben Farbcodes nutzen sollten, die Sie in Ihren Guidelines einsetzen. Definieren Sie sie im RGB Farbraum. Stellen Sie sich aber darauf ein, dass Endgeräte Farben anders darstellen.

2. Kleine Logos

Ihr Video wird auf unterschiedlich großen Displays abgespielt. Handydisplays sind klein; im Kino ist alles riesig. Testen Sie daher die Darstellung Ihres Logos und wie es auf verschiedenen Endgeräten wirkt. Das betrifft vor allem filigrane Linien in Logos. Diese können auf Monitoren mit niedriger Auflösung verloren gehen. Selbst wenn das Display eine hohe Auflösung hat, aber klein ist (wie bei Handys) gehen zu kleine Logos oft

unter. Ihr Logo besitzt idealerweise keine filigranen Elemente. Ist das doch der Fall, überlegen Sie, ob Sie eine Version Ihres Logos explizit für den Einsatz in Videos entwickeln.

3. PNG / SVG Logos

Halten Sie Ihr Logo als PNG oder SVG Datei vor – nicht als JPEG Datei. Ein JPEG auf einem weißen Hintergrund ist nicht dasselbe wie ein transparentes PNG oder eine SVG Datei. In Videos „fasern“ die Ränder des Logos gegebenenfalls aus, wenn es auf Basis einer JPEG Datei eingebunden wird.

4. Anderer Hintergrund

Definieren Sie gegebenenfalls ein spezielles Logo für Videos, welches immer sichtbar ist. Ihr Logo sollte auf sämtlichen Videoinhalten sichtbar sein. Mal ist im Video ein helles Bild (Lichter oder Himmel), mal ein dunkles (schattige Bereiche), mal ein buntes, mal ein kontrastarmes Bild zu sehen – ihr Logo sollte vor jedem Hintergrund funktionieren. Definieren Sie zur Not, dass Ihr Logo immer auf einem weißen Hintergrund zu sehen sein muss.

5. Schriften

Schrift muss klar lesbar sein – auch wenn sie sich im Video bewegt. Kleine Displays mit niedriger Auflösung sorgen dafür, dass filigrane Schriften nicht gut lesbar sind. Verzichten Sie daher auf Schriften mit Serifen oder zu dünnen Zeichen, es sei denn, die Schrift ist groß genug dargestellt. Denken Sie daran: Print Schriften ≠ Display Schriften.

6. Typografie definieren

Definieren Sie die Typografie in Ihren Videos. Welche Schriftart und -größe soll für Überschriften, Fließtext, Bauchbinden etc. genutzt werden? Halten Sie die Schriftarten vor und senden Sie sie ggf. Ihrer Agentur zu, wenn diese sie nicht besitzt. Achten Sie dabei auf Lizenzbestimmungen zur Weitergabe der Schriftart.

7. Elemente & Gestaltung

Definieren Sie, wie eingeblendete Elemente in Ihrem Video gestaltet sein sollen. Wie sehen Textboxen aus? Haben sie einen Rand und welche Farben kommen zum Einsatz? Wie sollen Bauchbinden gestaltet sein?

Gibt es besondere Elemente, die in Ihrem Corporate Design vorkommen? Wie sollen diese innerhalb eines Videos gestaltet sein?

8. Abstände zum Rand

Ein Thema, das kaum noch eine Rolle spielt, ist der Overscan. Er bestimmt die Sichtbarkeit von Inhalten am äußeren Rand eines Videos. Es ist möglich, dass einige Bildschirme nicht das ganze Videobild zeigen, sondern die Ränder abschneiden. Aber das trifft maßgeblich auf Röhrenbildschirme zu, die heute kaum noch existieren.

Aus rein gestalterischer Sicht empfehlen wir dennoch, Bildelemente (Logos, Menüs, Texte etc.) nicht zu nah am Rand zu platzieren. Als Richtwert gelten 6% Abstand vom Rand. Bei einem Video mit 1920 x 1080 Pixeln sollten alle Bildelemente im Bereich von ca. 1800 x 1020 Pixeln liegen.

Definieren Sie diese Abstände, sodass Bildelemente nicht mal mehr und mal weniger weit entfernt sind vom Rand.

9. Steuerleiste

Laden Sie Ihr Video auf YouTube, wissen Sie, dass im unteren Bereich des Videos die Steuerleiste von YouTube zu sehen ist. Platzieren Sie Einblendungen (Bauchbinden, Texte, Logos, Grafiken etc.) innerhalb Ihres Videos im unteren Bereich, ist es möglich, dass die Steuerelemente des Videoplayers diese überdecken.

Gleiches gilt für etwaige Einblendungen eines Videoplayers, wenn der Nutzer seinen Mauszeiger nicht vom Videobild bewegt. Diese erscheinen oft oben im Bild. Überdecken sie Informationen, gehen diese verloren für den Zuschauer.

Definieren Sie daher den Abstand von Bildelementen zum unteren und oberen Bildrand großzügig.

10. Objekte und Farben

Machen Sie sich im Vorfeld Gedanken, welche Farben im Video vorkommen dürfen. Drehen Sie mit Darstellern, die alle grüne Hosen tragen und blaue Oberteile, Ihr Corporate Design

basiert jedoch auf der Farbe Orange, dann passt das nicht zusammen. Definieren Sie daher in Ihren Guidelines, wie Personen, Requisiten und Objekte farblich gestaltet sein sollten. Lassen Sie jedoch auch Freiraum für Kreativität.

11. Stil definieren

Ihre Printprodukte und Ihre Webseite folgen einem Stil in der Darstellung. Er kann entsättigt sein, bunt, schwarz/weiß, kontrastreich ... Leiten Sie aus dem Stil Ihrer bisherigen Produkte ab, wie er im Video umgesetzt werden soll. Bedenken Sie, dass bei einem Video im Nachhinein beinahe alle geändert werden kann. Das kostet jedoch Geld. Achten Sie schon vor dem Dreh auf stilistische Elemente. So sprechen Ihre Videos später eine einheitliche Sprache.

12. Farbverläufe

Setzen Sie CI-bedingte Farbverläufe sparsam ein. Idealerweise verzichten Sie darauf, wenn Sie wissen, dass Videos an einigen Stellen stark komprimiert werden (z.B. wenn es systembedingte Beschränkungen in der Dateigröße gibt). Sonst passiert es, dass Farbverläufe mit Bildfehlern (Artefakten) dargestellt werden. Das Problem ist sehr speziell, wenn es jedoch nicht unbedingt nötig ist, dass Sie CI-bedingte Farbverläufe benötigen, verzichten Sie sicherheitshalber darauf.

13. Logoanimation

Animationen Ihres Logos sind vielfältig einsetzbar. Sie dienen der Wiedererkennbarkeit und festigen Ihren Markenauftritt. Fertigen Sie eine Standardanimation an, die Sie, sooft es Sinn ergibt, auch einsetzen.

Sie muss kurz und knackig sein (maximal 5 Sekunden) und nutzt idealerweise einen Jingle. Dabei handelt es sich um einen Sound, der immer wiederkehrt. Denken Sie an die

Telekom und an deren Sound. Stellen Sie diese Animation in verschiedenen Formaten zur Verfügung. Haben Sie mindestens eine unkomprimiert Version parat. Im Idealfall haben Sie Ihre Animation als:

MP4 Datei mit H.264 / H.265 / H.266
MOV Datei mit ProRes 4444
MOV Datei mit 10-Bit Uncompressed
AVI Datei mit HuffYUV

Beachten Sie hierzu auch Punkt 15.

14. Kapiteltrenner & Co.

Alle visuellen Elemente, die Sie in Videos einsetzen, sollten Sie als Datenpaket zur Verfügung stellen können. Sie wie Ihre Logoanimation haben Sie idealerweise auch Kapiteltrenner oder bestimmte animierte Elemente vorliegen. Auch diese sollten in verschiedenen Formaten vorliegen, mindestens aber in einer unkomprimierten Variante.

Beachten Sie hierzu auch Punkt 15.

15. Bildseitenverhältnis

Früher wurden Videos in 4:3 erstellt. Dann kam 16:9. Das hält sich auch heute noch, doch mittlerweile gibt es auch Videos in 1:1 oder 21:10 oder 9:16 (für Hochkantvideos). Das macht es nicht einfach – Sie müssen jedoch darauf vorbereitet sein. Es bringt nichts starr das Bildseitenverhältnis zu definieren. Sie sollten jedoch definieren, wie Elemente und Typografie bei verschiedenen Bildseitenverhältnissen angeordnet werden sollten.

Auch sollten Sie für jedes gängige Bildseitenverhältnis Logoanimationen und sonstige Animationen vorrätig haben.

16. Thumbnaildesign

Definieren Sie, wie Thumbnails designt werden. Auf Videoplattformen sind Thumbnails die kleinen Bildchen, die Sie sehen und anklicken können. Damit für Ihren Zuschauer alles „rund und schlüssig“ aussieht, sollten auch die Thumbnails einem Konzept folgen.

Wir haben hierfür ein weiteres Whitepaper erstellt. In „[30 Tipps für die Nutzung von YouTube](#)“ finden Sie Informationen zu Thumbnails.

17. Powerpoint & Keynote

Definieren Sie den Umgang mit Powerpoints oder Keynotes in Videos. Sollen diese in einem Video verwendet werden, müssen sie im Bildseitenverhältnis des Videos angelegt sein. Ist das 16:9, Ihre Powerpoint ist jedoch im 4:3 Format angelegt, wird das zu visuellen Komplikationen führen.

Achten Sie zudem darauf, dass Grafiken und Bilder, die in der Powerpoint oder Keynote vorkommen, eine hohe Auflösung haben. Nur so vermeiden Sie unzureichende Qualität.

18. Rechte / Lizenzen

Nutzen Sie fremdes Bild-, Video- oder Tonmaterial, definieren Sie den Umgang mit Rechten und Lizenzen. Wo sollen Informationen darüber hinterlegt werden für den Fall, dass es in ein, zwei oder mehr Jahren zu rechtlichen Fragen kommt? Arbeiten Sie mit Agenturen zusammen, lassen Sie sich Rechte und Lizenzen immer zukommen und sichern Sie sie an einem für Sie logischen Ort.

19. Checkliste

- Ich habe RGB Farbwerte explizit für Videos definiert.
- Ich habe ein Logo für die Nutzung in Videos konzipiert. Es ist nicht zu filigran und besitzt keine Elemente, die bei Verkleinerung nicht gut sichtbar sind. Ich habe versucht auf Farbverläufe zu verzichten.
- Mein Logo liegt als PNG (mit Transparenz) und / oder SVG Datei vor.
- Ich habe ein Konzept entwickelt, wie mein Logo immer sichtbar ist, egal welchen Hintergrund das Video hat.
- Ich habe Schriften, die in Videos funktionieren. Sie sind nicht zu schmal, zu klein, zu filigran oder mit Serifen versehen.
- Ich habe die Typographie definiert und berücksichtigt, dass Texte in Videos auf verschiedene Art und Weise eingeblendet werden können.
- Ich habe definiert, wie Textboxen, Bauchbinden und andere Elemente im Video erscheinen dürfen.
- Ich habe die Abstände zu den Rändern definiert und auch beachtet, dass Steuerleisten von Videoplayern Informationen im Video überdecken.
- Ich habe definiert, ob Objekte, Personen oder Requisiten nur in bestimmten Farbkombinationen erscheinen sollten und wenn ja, in welcher. Ich habe den Stil meines Videos definiert.
- Ich habe eine Logoanimation, Kapiteltrenner und andere Animationen erstellt und sie in verschiedenen Formaten (mindestens einmal als unkomprimierte Datei) vorliegen. Dabei habe ich darauf geachtet, dass ich alles für unterschiedliche Bildseitenverhältnisse vorliegen habe.
- Ich habe die Gestaltung von Thumbnails definiert.
- Ich habe definiert, wie Powerpoints & Keynotes angelegt sein müssen, damit sie in Videos eingebunden werden können.
- Ich habe definiert, wie Rechte und Lizenzen zu fremden Bildern, Videos oder Musik gehandhabt werden.

So helfen Ihnen die Pioniere:

Wir sind die Anwender Ihrer Branding Guidelines. Wir haben diverse Anforderungen und müssen Sie immer dann fragen, wenn bestimmte Punkte nicht klar sind. Wir machen das, damit Ihre Kunden ein perfektes Video von Ihnen sehen.

Benötigen Sie Hilfe in der Anpassung Ihrer Branding Guidelines an das Thema Video oder brauchen Sie ein Set an Animationen Ihres Logos und Ihrer C.D. Elemente, sprechen Sie uns an.



Pionierfilm GmbH
Großer Stellweg 23
68519 Viernheim

www.pionierfilm.de
info@pionierfilm.de
06204 601 1390