

Rettet Bewegtbild deine Marke auf Social Media?



TRIEBWERK



SWEETSPOT

DIE HEUTIGEN SPEAKER



Nadine Hackemer

Kreationsleitung Agentur Triebwerk



Christian Wurm

Geschäftsführer Agentur Triebwerk



Sarah Fütterer

COO Sweetspot

3235

PROJEKTE

pro Jahr

24 JAHRE
Erfahrung

62

außergewöhnliche

CHARAKTERE



Unser Leistungsuniversum.



WEB

MARKENFÜHRUNG

ONLINESHOP

PRODUKT &
HANDELSMARKETING

PERFORMANCE
MARKETING

PROMOTION





ÜBER SARAH FÜTTERER

- Ausbildung Kauffrau für Versicherungen & Finanzen
- Studium an der TH
- Seit 2,5 Jahren Co-Founder von Sweetspot
- Marketing Talent 2023 @absatzwirtschaft
- Mentorin @EXIST Women



SWEETSPOT

SWEETSPOT BRANDS THAT TRUST US

 **babywartz**

**judith
williams**

COSMETICS

hohes C
Deine Vitamin C Power

iRobot®



**NÜRNBERGER
VERSICHERUNG**



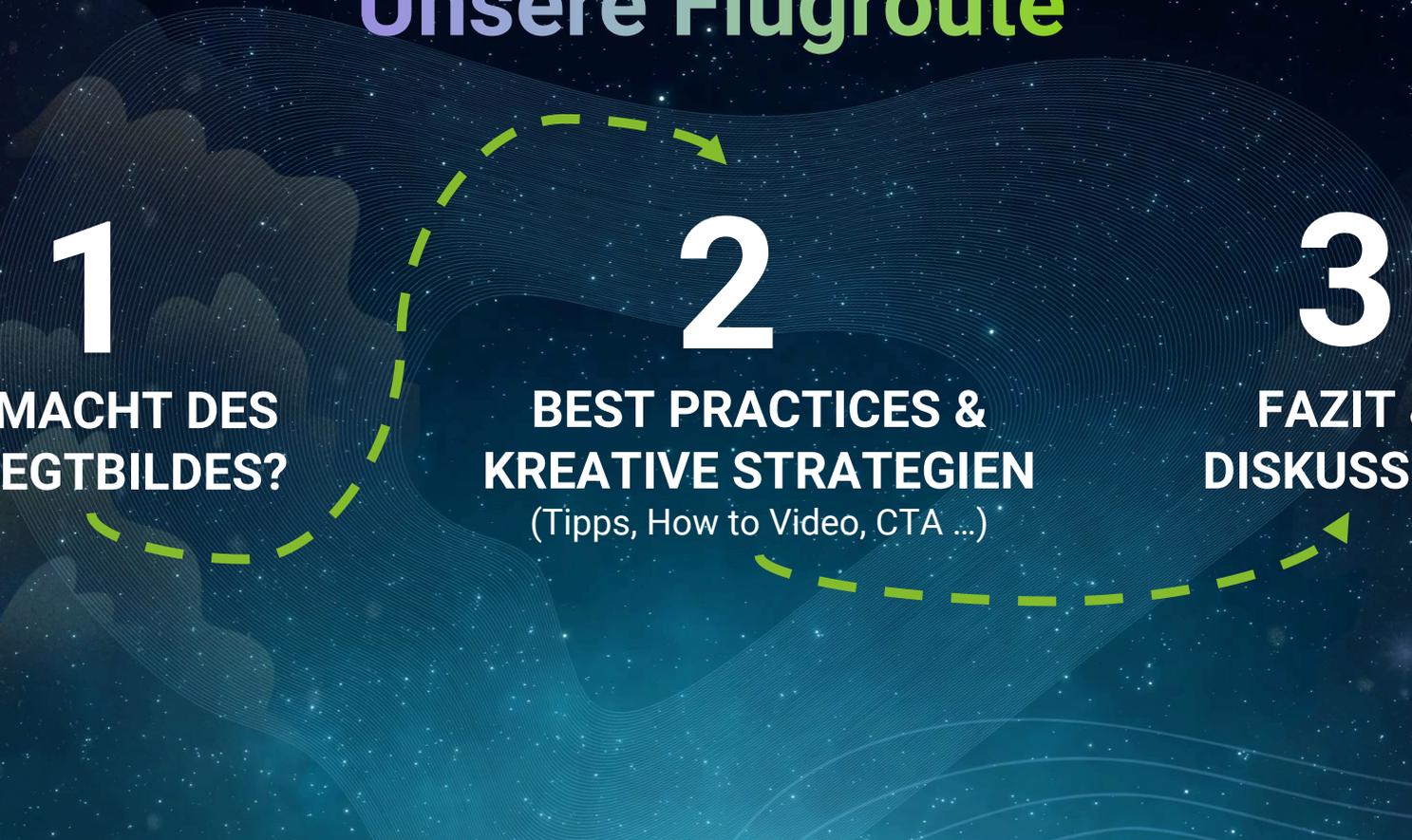
TRIEBWERK



SWEETSPOT



Unsere Flugroute



1

**DIE MACHT DES
BEWEGTBILDES?**

2

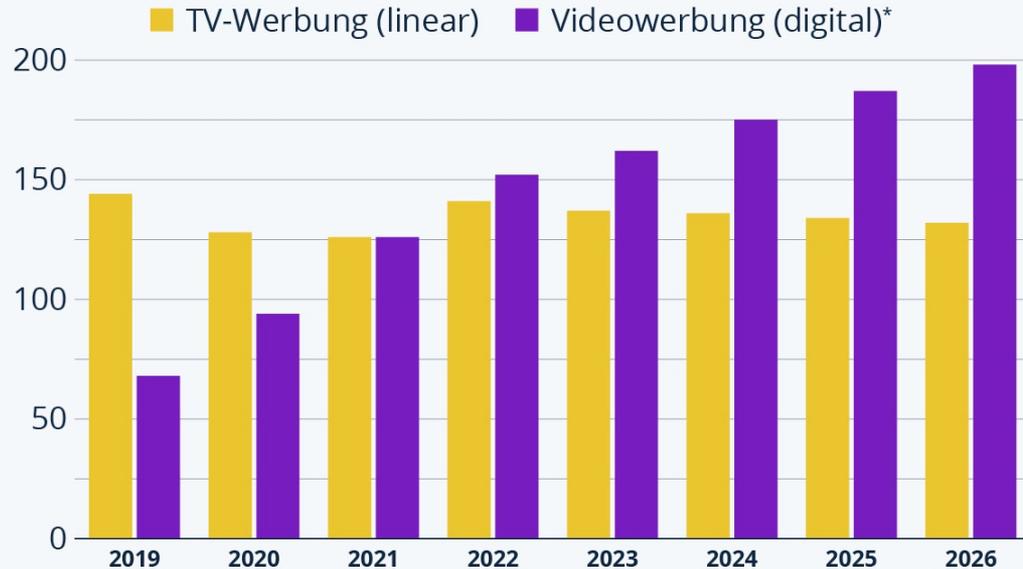
**BEST PRACTICES &
KREATIVE STRATEGIEN**
(Tipps, How to Video, CTA ...)

3

**FAZIT &
DISKUSSION**

Werbung: Streaming & Co. überholt Fernsehen

Geschätzte weltweite Ausgaben für TV- und Video-Werbung (in Mrd. Euro)



* Streaming-Apps, webbasierte Videos, appbasierte Videoplayer oder soziale Medien

Quelle: Statista Market Insights



**Bewegtbild liefert einzigartige
Möglichkeiten, die Aufmerksamkeit
der Zielgruppe zu gewinnen,
Emotionen zu wecken und die
Kundenbindung zu stärken.**

Quellen:

<https://t3n.de/magazin/medium-bewegtbild-digitalen-zeitaltersimmer-wichtiger-232786/>

<https://www.image-emotion.de/12-statistiken-warum-imagefilme-und-videos-ihre-b2b-sales-verbessern/>

<https://360gradcreations.de/allgemein/wie-passen-social-media-und-filmproduktion-zusammen/>



Bewegte Bilder sind eingängig und wirkmächtig. Ihr Erfolgsgeheimnis ist ihre einfache Zugänglichkeit: **Sie erfordern kein jahrelanges Lesenlernen. Menschen bevorzugen es, sich Informationen und Unterhaltung durch Videos zu holen, anstatt lange Texte zu lesen.**

Im Rahmen der zunehmenden Digitalisierung spielt das Bewegtbildmedium deshalb eine immer wichtigere Rolle und wird unsere Gesellschaft so stark verändern wie kaum ein Kommunikationsmittel zuvor.

Noch nicht überzeugt?

Hier sind weitere Benefits:

Bessere Erinnerungswirkung

Audiovisuelle Reize bleiben länger im Gedächtnis. Nach 72 Stunden bleiben 10 % eines Textes; 65 % eines Bildes und 95% eines Videos im Gedächtnis.

Mehr Aufmerksamkeit/ höheres Engagement

Dynamik & Emotion fesseln die Aufmerksamkeit der Nutzer besser & länger

Erhöhte Reichweite

Algorithmen bevorzugen Videos + es gibt mehr Platzierungen für Videoformate (z. B. Reelfeed)

Mehr Conversions

Produktvideos und Testimonials können Vertrauen in Marke stärken.

Vielfältige Einsatzmöglichkeiten

Unterschiedlichste Themen und Formate bespielbar.

Besseres Storytelling

Botschaften können visuell und auditiv vermittelt werden > mehr Emotion



BEWEGTBILD IST WICHTIG, OKAY.

Aber welche Formate gibt es überhaupt?

FORMATE

(KURZ)VIDEOS

- **Plattformen:** TikTok, Instagram Reels, YouTube Shorts, YouTube, Facebook-Reels – und -Videos
- **Merkmale:** Kurzvideos – kurz und prägnant (meist unter 60 Sekunden), oft humorvoll, kreativ und schnell konsumierbar. Längere Videos wie auf YouTube (Erklärungen, Unboxing, tiefere Einblicke etc.)
- **Beispiele:** Lustige Sketches, Challenges, schnelle DIY-Tipps, kurze Produktdemos

STORIES

- **Plattformen:** Instagram Stories, Facebook Stories, Snapchat
- **Merkmale:** Kurzlebige Inhalte (meist 24 Stunden verfügbar), oft informell und spontan
- **Beispiele:** Tagesaktuelle Updates, Promotionen, Blicke hinter die Kulissen, Umfragen und interaktive Elemente

LIVE-VIDEOS

- **Plattformen:** Facebook Live, Instagram Live, YouTube Live, Twitch
- **Merkmale:** Echtzeit-Interaktion mit dem Publikum, Möglichkeit für direkte Kommunikation und Q&A-Sessions
- **Beispiele:** Live-Events, Produktvorstellungen, Webinare, Q&A-Sessions, Behind-the-Scenes

UNTERHALTUNGS- UND LIFESTYLE-VIDEOS

Inhalte, die die Interessen und Leidenschaften der Zielgruppe widerspiegeln.

Reisevlogs, Comedy-Sketches, Musikvideos, Mode- und Beauty-Tipps.

INFLUENCER-KOOPERATIONEN

Videos von Influencern erstellt und geteilt, oft in Zusammenarbeit mit Marken.

Produktplatzierungen, Kooperationen, Erfahrungsberichte von Influencern.

BRAND STORIES UND WERBESPOTS

Professionell produzierte Videos, die die Markenbotschaft und -werte vermitteln.

Imagefilme, Kurzfilme, emotionale Werbespots, Markenstories.

CHALLENGES UND TRENDS

Teilnahme an viralen Challenges und Trends, die hohe Sichtbarkeit und Engagement generieren.

Tanz-Challenges, Meme-Trends.

BEHIND-THE-SCENES & VLOGS

Blicke hinter die Kulissen des Unternehmens oder des Markenlebens, oft persönlich und authentisch.

z. B. Tagesablauf-Vlogs, Produktionsprozesse, Mitarbeiterinterviews.

THEMEN

TUTORIALS & HOW-TO-VIDEOS

Lehrreiche und informative Inhalte, die Schritt-für-Schritt-Anleitungen bieten.

Kochrezepte, Beauty-Tutorials, Fitnessübungen, technische Anleitungen.

PRODUKTDEMOS UND UNBOXINGS

Detaillierte Präsentationen von Produkten, oft mit persönlichen Erfahrungsberichten.

Unboxing-Videos, Produktreviews, Demonstrationen der Produktnutzung.

USER-GENERATED CONTENT (UGC)

Inhalte, die von Nutzern erstellt und geteilt werden, oft authentisch und glaubwürdig.

Kundenbewertungen, Erfahrungsberichte, Wettbewerbe und Challenges, in denen Nutzer ihre eigenen Videos einreichen.

ANIMATIONS- UND ERKLÄRVIDEOS

Animierte Inhalte, die komplexe Themen einfach und verständlich erklären.

Erklärvideos zu Produkten oder Dienstleistungen, Infografiken, animierte Tutorials.

Best Practices & kreative Strategien



10 VIDEO-TIPPS,
... die du gesehen haben
solltest, bevor du stirbst.

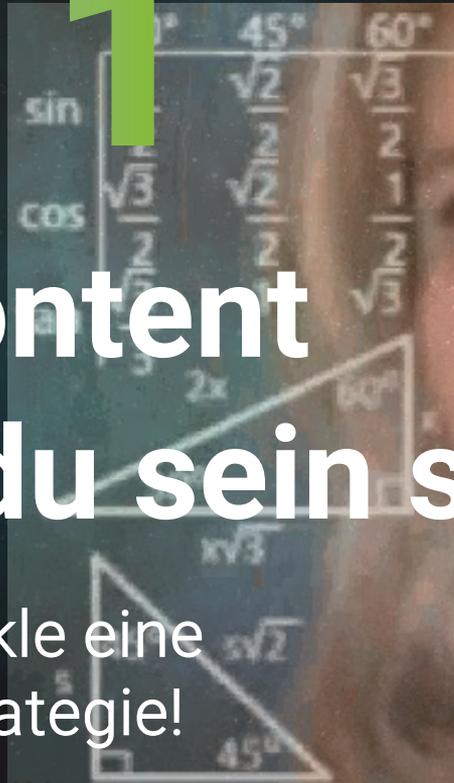


Achtung Clickbaiting ... ;)

TIPP 1

(Video)Content Strategie du sein sollst!

Zuallererst: Entwickle eine
(Video)Content-Strategie!



TIPP 1

Entwickle eine (Video-)Content-Strategie!

1. Zielabgleich:

Welche Ziele verfolge ich mit meinem Social-Media-Auftritt bzw. meinen Videos?

Reichweite/ Abverkauf/ Traffic?

2. Zielgruppenanalyse:

Wer ist meine Zielgruppe?

Welche Plattformen nutzt meine Zielgruppe?

3. Marktanalyse:

Wie und was macht die Konkurrenz?

4. Content-Planung:

Welche Videos passen zu welcher Plattform? Welche Themen möchte ich bespielen? Wie sollen meine Videos aufgebaut sein?

Entwickle einen (flexiblen) Redaktionsplan mit verschiedenen Themen und Formaten für unterschiedliche Plattformen und Zielgruppen!

SWEETTIPS

Bewusst Tage einplanen, an denen man die aktuellsten Trends umsetzt



TIPP 2

MEHRWERT macht MEHR HER.

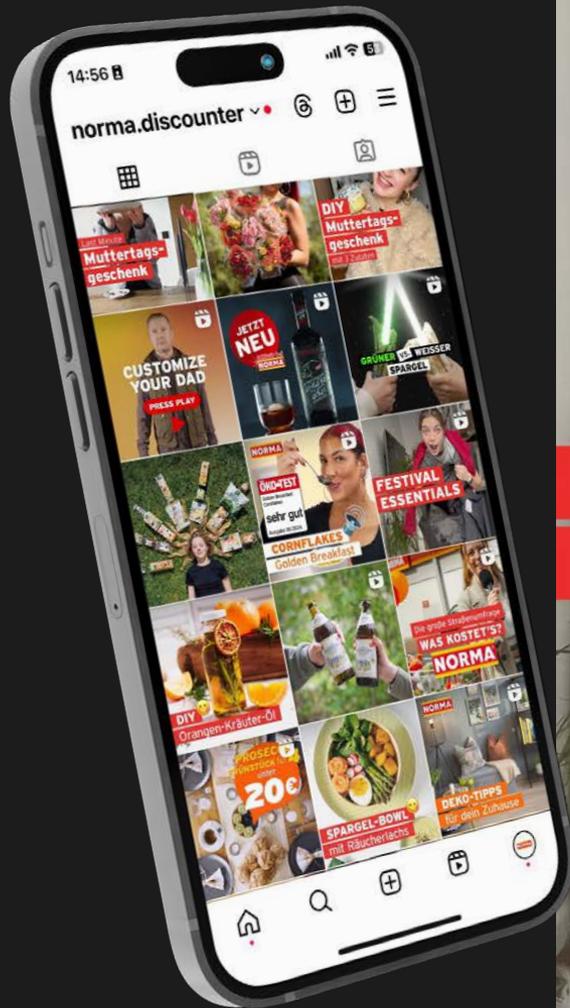
Mach Dir im Vorfeld klar, ob Du Deine Zielgruppe informieren, inspirieren oder unterhalten möchtest und bereite Deine Videos dementsprechend auf.



GEWINNSPIEL

Jahresvorrat an Brot





FESTIVAL ESSENTIALS



INFO-TAINMENT

Camping-Essential-Tipps zum Abspeichern und mit direkter Kaufempfehlung



ANLEITUNG

DIY-Bastelanleitung

DIY



Butaris

Butaris DIY- Kressebiene



Kressebiene

NORMA

**GRÜNER vs. WEISSER
SPARGEL**



ENTERTAINMENT
über Storytelling



TIPP 3

Waaaazzzzzuuuuuupppppp

**Zusammen ist man
weniger allein.**



WERDE KRAPPFEN- CREATOR FÜR BROTHAUS!



CALL TO ACTION

Sag deinen Nutzer:innen genau, was sie tun sollen!

CHERRY BOMB

FÜLLUNG: KIRSCH
GLASUR: ZUCKERGLASUR PINK
TOPPING: KINDERSCHOKOLADE
CREATOR: FRANZIA



FRIDAY NIGHT

FÜLLUNG: COLA
GLASUR: ZUCKERGLASUR GELB
TOPPING: CHIPS
CREATOR: KLARA R.



OGER AUS DEM SUMPF

FÜLLUNG: MEERRETTICH
GLASUR: ZUCKERGLASUR GRÜN
TOPPING: GUMMIBÄRCHEN
CREATOR: SARAH G.



TRICK OR TREAT

FÜLLUNG: KÜRBIS
GLASUR: KAREMELL
TOPPING: SMARTIES
CREATOR: RAPHEL





FACE TO FACE

Sprich Deine Nutzer:innen
direkt an!





norma.discounter
Original-Audio

norma.discounter Wir sind bereit für die Outdoor-Saison!
Die Festival-Saison kann kommen – denn es sind Campingwochen 🏕️ bei NORMA!

Eins ist klar: Ohne Glitzer geht's nicht! Aber ein Festival ist auch erst dann ein Festival, wenn gecamp't wird, oder? Aber das muss ja nicht immer komfortlos sein – ein bisschen bequem und stilvoll darfs schon sein! Und dafür findest du bei NORMA ab 29.04. alles, was dein Festival-Herz höherschlagen lässt! 🏕️

Wie wärs zum Beispiel mit einem praktischen Faltkanister oder dem genialen Trinkrucksack (für Wasser, versteht sich)? Damit es aber nicht nur Flüssignahrung sein muss, haben wir auch noch ein Camping-Kochset für die feine Outdoor-Küche und den ultimativen Hockerkocher!
Und nach einem langen Tag auf dem Festival kannst du in unserem obercoolen Campingstuhl die Füße hochlegen und später auf dem aufblasbaren Kissen schlummern wie auf Wolken.

Das ist aber noch längst nicht alles! Auf unserer Website findest du noch viele weitere coole Camping- und Outdoor-Essentials.

👍 🗨️ 📌

👤👤👤 Gefällt vivi_krauss und 225 weitere Personen
29. April

😊 Kommentieren ...

Posten

justyna.ugc Perfekte Vorbereitung 🥰
1 Wo. Gefällt 2 Mal Antworten

— Antworten verbergen

norma.discounter @justyna.ugc Da kann nichts mehr schiefgehen 😊
1 Wo. Gefällt 1 Mal Antworten

ugc_sevgi Soo cool der Trinkrucksack
1 Wo. Gefällt 2 Mal Antworten Übersetzung anzeigen

— Antworten verbergen

norma.discounter @ugc_sevgi 🥰
1 Wo. Antworten

alisa.ugc ahhhh wie cool das bei euch im Feed aussieht!! 🥰
1 Wo. Gefällt 1 Mal Antworten

— Antworten verbergen

norma.discounter @alisa.ugc Danke du Liebe 🥰
1 Wo. Gefällt 1 Mal Antworten



COMMUNITY MANAGEMENT

... und schreibe mit ihnen!





**GAMIFIZIERTE
INTERAKTION**

24. April 11:06
 Ganzes Reel ansehen >

0:29

gefeiert werden!

NORMA

Wie hast Du den Tag des deutschen Bieres gefeiert?

Schreib etwas ...

20. Juni 09:55

WELCHE FARBE WÄHLST DU?

Anthrazit	50%
Beige	28%
Terrakotta	10%
Blau Weiß	12%

9. April 14:33
 Ganzes Reel ansehen >

Rezept

für 3 Personen unter 5 €

0:59

POV: Mittagessen unter 5€

norma.discounter

Schon ausprobiert?

PASTA LA VISTA



NUTZE TOOLS!

TIPP 4

Trendnerde, was geht!

Greife aktuelle visuelle und auditive Trends auf.
Denke dabei an die Verbindung zu deinem
Unternehmen/Produkt!



VISUELLE TRENDS



TEXT- TRENDS

Es ist wahr.

Das können unsere
Taschen
einfach nicht.

carl carl_masterpieces

Es ist wirklich wahr | manches können unsere ...

Gefällt hannisecondhand und weiteren Personen

Jumbo · Higher



SOUND TRENDS

**Autonomous Sensory Meridian
Response (abgekürzt ASMR; deutsch
„Autonome sensorische
Meridianreaktion“)**

bezeichnet das Wahrnehmen eines
kribbelnden, als angenehm
empfundenen Gefühls auf der Haut.

NORMA



PFIFF

MINI BROTCHIPS

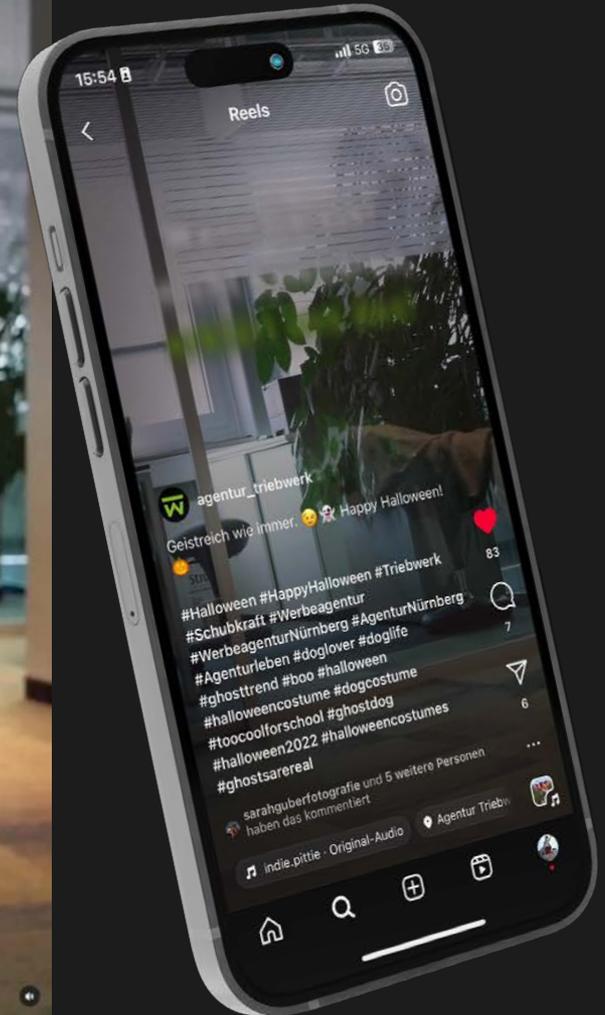


SAISONALE TRENDS

Trendanalyse über Tools
möglich, aber eben auch:
Gruppenchats, Pins etc.

Es gilt:
**Schnelligkeit vor
Perfektion!**

Wenn Geister
nicht existieren,
erklärt uns das!



TIPP 5

**Ein Video ohne Sound
ist kein Video.**

Verwende Sounds für dein Bewegtbild.
Musik und Voiceover bewegen!



**SPANNUNG und
AWARENESS**





**SPANNUNG und
AWARENESS**

NEU
ab März

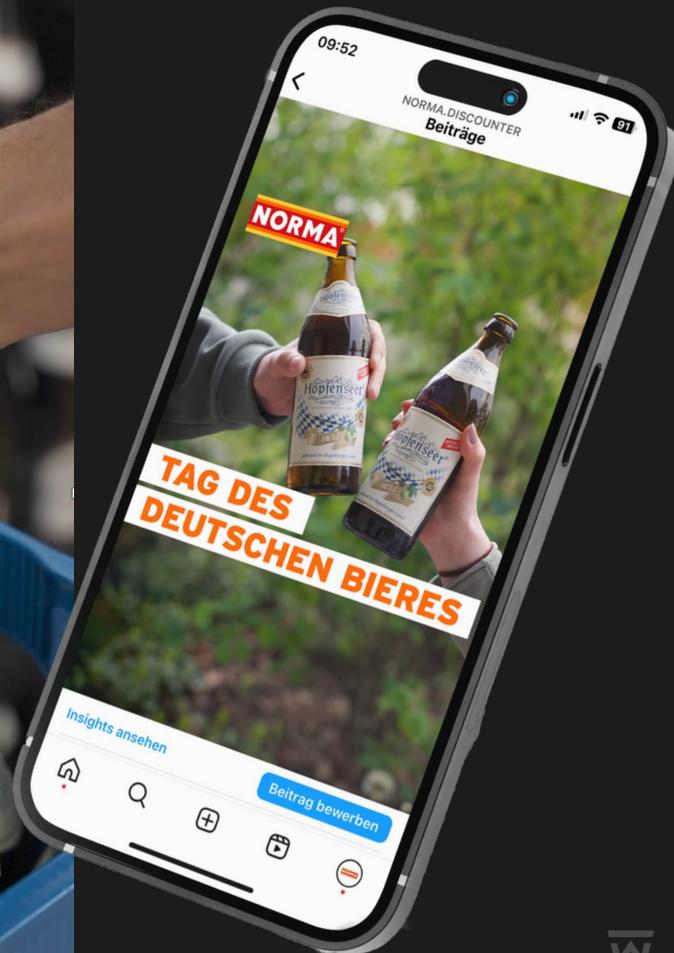




PERSÖNLICHKEIT
über Voiceover



Hopfenseer ergattert.



SPRACHAUSGABE

<https://www.tiktok.com/@feliciasimon/video/7082422242256227589>

SOUND / UNTERTITEL HOW TO

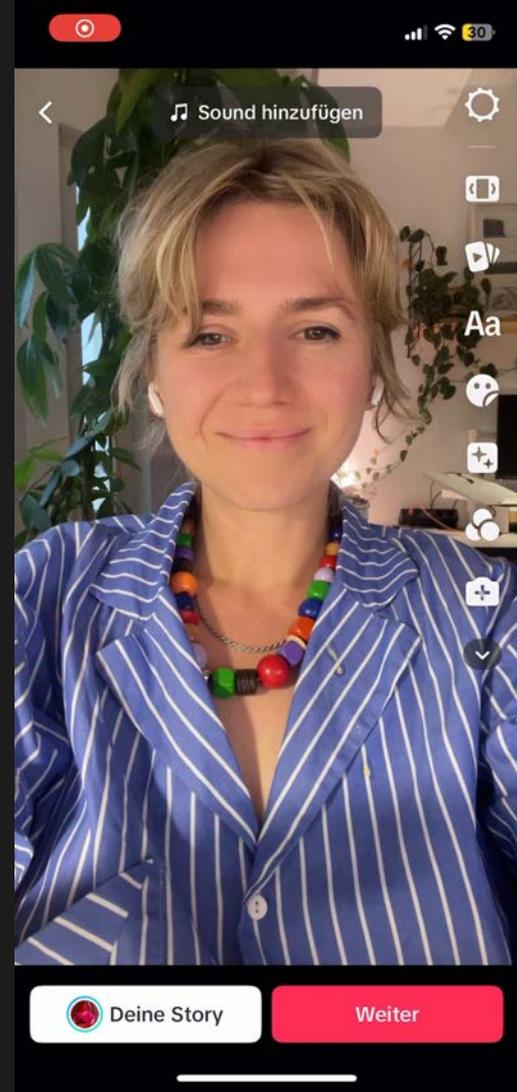
TEXT TO SPEECH

Füge Text zu deinem Video hinzu und lasse ihn von TikTok und Co. vertonen.

SOUND / UNTERTITEL HOW TO

SPEECH TO SPEECH

Spreche einen Text ein und lasse ihn von der TikTok-AI verwandeln. Funktioniert zum Beispiel super bei Dialogen.



SOUND / UNTERTITEL
HOW TO
ACHTUNG
BEI MUSIKNUTZUNG!

Vermeide
Abmahnungen,
sichere dir Lizenzrechte
oder erstelle
eigene Sounds!



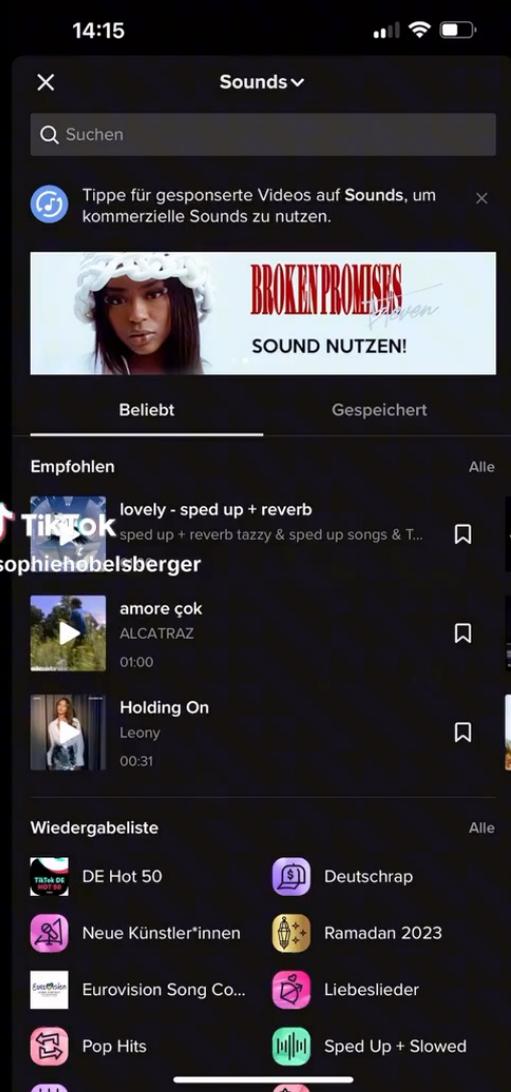
Als Unternehmen die private Sound-Library verwenden
Darf ich das?



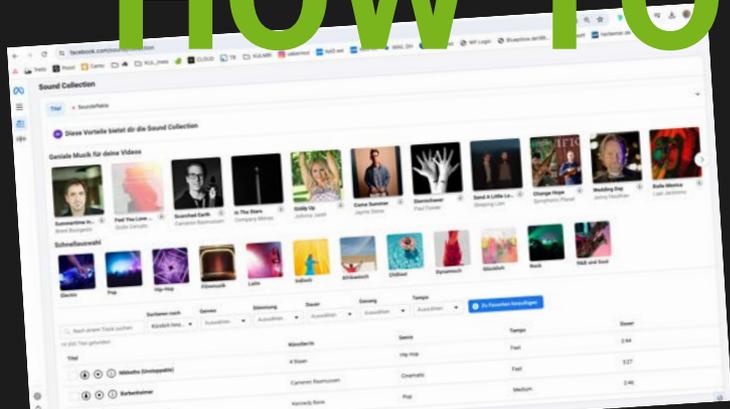
Ein Unternehmen darf aber nur die kommerziellen Sounds von TikTok verwenden.

<https://www.tiktok.com/@omm.hdm/video/7077955240670055685?lang=de-DE>

<https://www.tiktok.com/@sophiehabelsberger/video/720739342066599702?lang=de-DE>



SOUND / UNTERTITEL HOW TO



Woher bekomme ich die Lizenzen?

- Music-Libraries (Shutterstock, AudioJungle, envato, AudioNetwork)
- Meta Sound Collection
- Kommerzielle Sounds bei TikTok

SWEET TIPS

**Oder direkt in Kontakt
treten mit dem Künstler
bzw. dem Verlag:**

<https://online.gema.de/werke/search.faces>

Sound gefunden? Lass dich inspirieren!

- Klicke auf die Audio
- Schau dir weitere Videos zu dem Song an
- Wie kann man den Song noch nutzen?

Quelle:

<https://www.instagram.com/reel/C7Sz6uORBxQ/?igsh=MXhsMXYxZ3NrNXJxZA%3D%3D>



TIPP 6

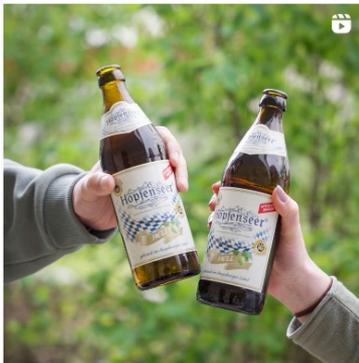


**TROTZDEM! WIR
BRAUCHEN DICH AUCH, liebe Typo!**

Setze Untertitel oder relevante Textbausteine ein, um die Verständlichkeit zu erhöhen!

Warum ist das wichtig?

Barrierefreiheit – Stummschaltung – SEO-Vorteile



Die große Straßenumfrage

WAS KOSTET'S?

NORMA®



PROSECCO
FRÜHSTÜCK für 4
unter
20€



SPARGEL-BOWL 😊
mit Räucherlachs



NORMA

DEKO-TIPPS
für dein Zuhause



NORMA

PIFF
MINI BROTCIPS



NORMA

BALKON-UPGRADE
für dein Zuhause

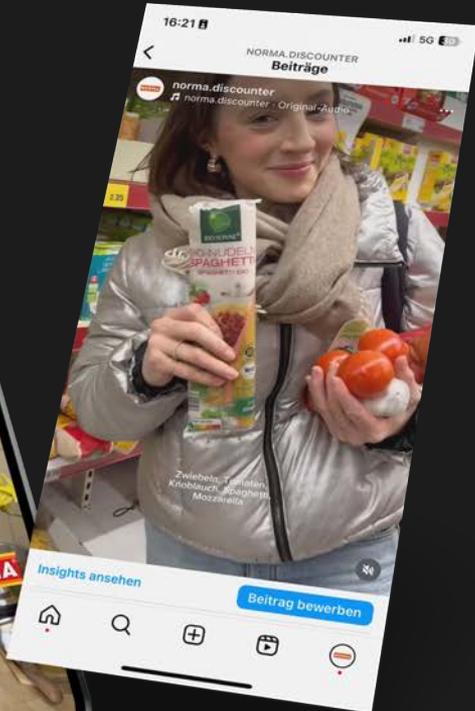


REZEPT

für 3 Personen

unter **5€**

NORMA



UNTERTITEL

Ergänzend zur Anmoderation
und zum Voiceover



POV: Mittagessen
unter 5€

Jeden Tag Mittagessen zu
gehen

Das große
Mönchshof × AEG
Gewinnspiel



Gewinne
jetzt



TEXT AUF VIDEO

Zur Erklärung & Leserführung

3x AEG Kühlschrank
Kühl-Gefrierkombination mit 360° COOLING-Technologie

+ randvoll mit deiner
MÖNCHSHOF
Natur Radler Wunschsorte*



Folge uns
& gewinne

UNTERTITEL HOW TO

**Untertitel manuell hinzufügen,
automatisch transkribieren oder eine
Datei hochladen**

- Über Instagram/TikTok direkt transkribieren
- PREMIERE, AFTER EFFECTS manuell (Plugins ...)
- CapCut, Canva, VEED.IO direkt transkribieren, teils mit Bezahlmodellen



<https://www.instagram.com/p/C8Y9ETYNAbI/2H1>



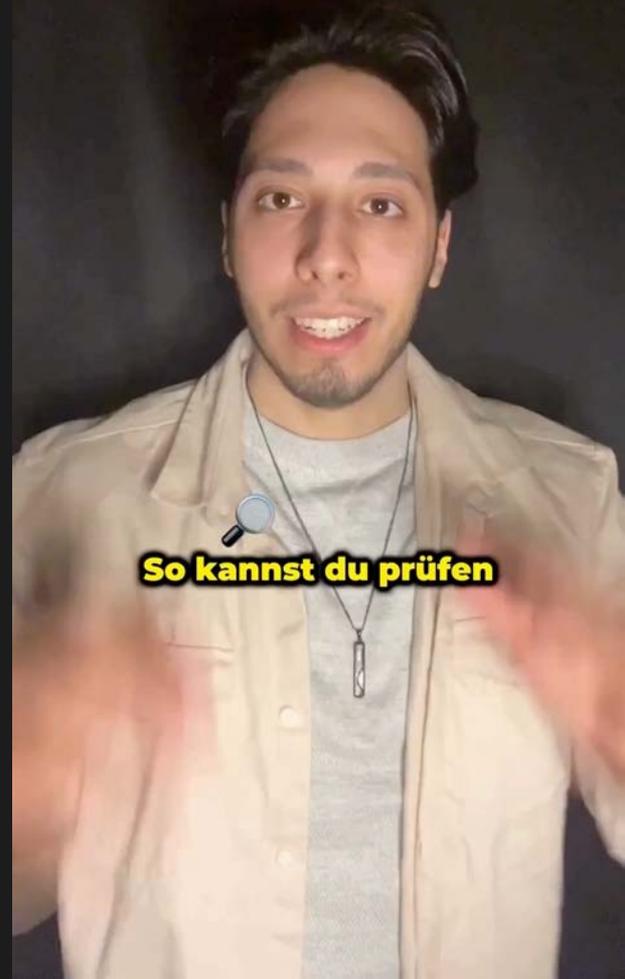
Vegane Currywurst in nur 2
Minuten? 🤔👉

UNTERTITEL HOW TO

Classy, trendy & No-Gos

SWEETTIPS

- Classy: Schwarz-Weiß, dezente Schriftgröße
- Trendy: Unterschiedliche Farben, unterschiedliche Größen, Emojis und Soundeffekte
- No-Gos: Falsche Schriftart, zu klein, Safe Zone nicht einhalten



So kannst du prüfen

UNTERTITEL HOW TO

SWEETTIPS

ACHTUNG BEI
TEXTSETZUNG!
SAFE SPACES
beachten!



TIPP 7

Durchhalten!

Poste regelmäßig und stärke deine
Markenpräsenz!



TIPP 7 DURCHHALTEN!



Plattform-Algorithmen bevorzugen aktive Accounts:
mehr Reichweite!



Regelmäßige Beiträge **halten Follower:innen aktiv** und fördern Interaktionen: **Aufbau einer engagierten Community**



Konstante Posting-Frequenz **stärkt Markenwiedererkennung und Vertrauen**



Häufiges Posten ermöglicht **schnelle Reaktionen auf aktuelle Trends** und Ereignisse



Mehr Posts liefern **mehr Daten**, um Strategie kontinuierlich zu verbessern

**„Und wie oft soll
ich posten?“**

TIPP 7 DURCHHALTEN!



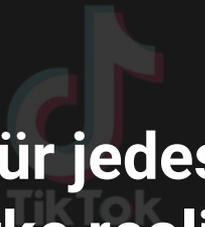
Empfehlung der Portale

1x täglich oder häufiger

TIPP 7 DURCHHALTEN!



**Nicht für jedes Unternehmen/ jede
Marke realistisch umsetzbar**
(Kapazitäten, Workflows, Personal)



1x täglich oder häufiger

TIPP 7 DURCHHALTEN!

POSTINGFREQUENZ: Unsere Empfehlung



**mind.
3 Posts/Woche**

**Shorts gerne
auch häufiger**

YouTube-Empfehlung:
1x täglich



**3-5 Posts/Woche.
Oder so oft ihr
könnt.**

Bei Einstieg: 3-5 Posts pro
Woche sind ein guter Anfang



**mind.
3 Posts/Woche**

**Stories gerne
auch häufiger**

Instagram-Empfehlung:
1-2x täglich



**mind.
3 Posts/Woche**



**1-3
Posts/Woche**

TIPP 8

No money,
trotzdem
funny.



Butaris



Butaris

Jeden Tag



Butaris

Was
gibt es
heute zu
essen



Butaris



STOCK-Videos

55 JAHRE
Butaris

**WAS
WÄRE,
WENN**

...

55 JAHRE
Butaris

**DEINE
OMA
PLÖTZLICH**

55 JAHRE
Butaris

**OMG
SAGT**

Text-Animationen



Ein Mix: Stock & selbstgedrehtes Material 😊

TIPP 9

WIN WIN oder „Situationship“

Koops mit Marken oder Influencern und
UGC-Creator:innen zahlen sich aus!



MARKEN-KOOPERATION für mehr Awareness



Wähle Gewinne, die zur Zielgruppe passen

DAS GROSSE MÖNCHSHOF BIER & PIZZA GEWINNSPIEL

GEWINNE

Für jeden Gewinner:
5x Kisten Mönchshof



Folge uns
& gewinne

klara_and_ida • [Folgen](#) [Nachricht senden](#) • • •

1.129 Beiträge 110.000 Follower 132 Gefolgt

Britta Welzer & Svenja Mattner Shahi
Digital Creator

- ♥ Einfache Rezepte, die Spaß machen
- 🍰 Süßes & Herzhaftes für jeden Tag
- 📹 Content Creation & Kochbuch Autoren
- 📌 Tipps zur Food Fotografie & Videoproduktion
- 🌐 bio.site/klara_and_ida

vivi_krauss, storyteiler.eventstyling, designfest.official und 5 weitere Personen sind Follower

In der Küche

Equipment

REWE Bio

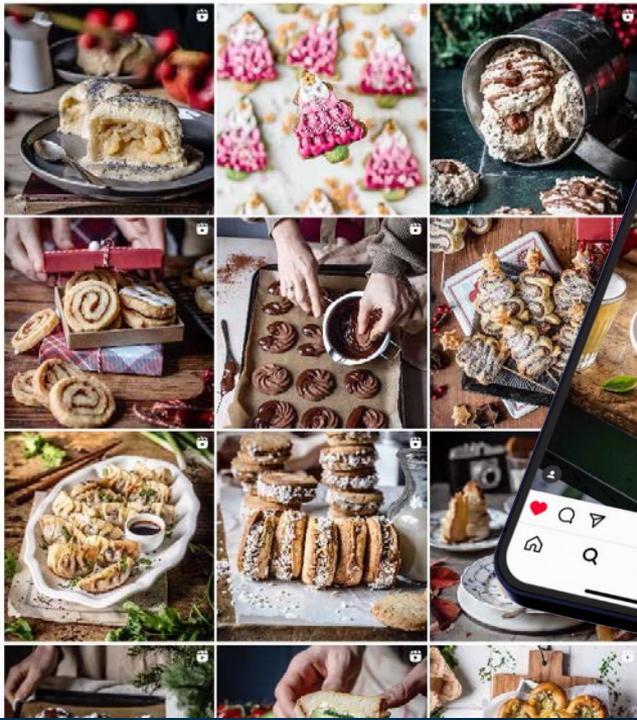
Unsere Reisen

Kochshows

Props & Interi...

Unsere Büc...

BEITRÄGE REELS MARKIERT

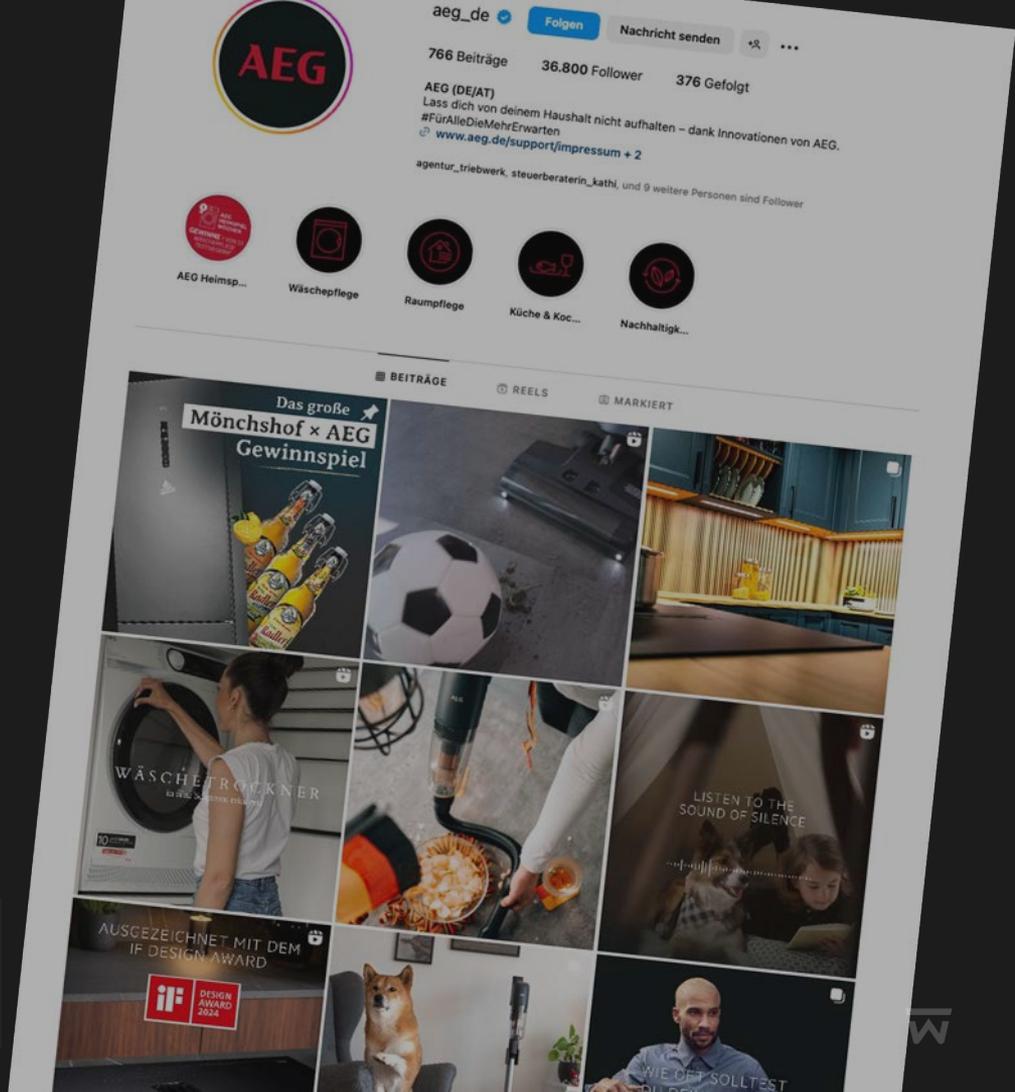


INFLUENCER-KOOPERATION
für mehr Reichweite



CLEAN WITH ME

Influencer-KOOPERATION
für mehr **Vertrauen & Authentizität**



Folgen Nachricht senden

766 Beiträge 36.800 Follower 376 Gefolgt

AEG (DE/AT)
Lass dich von deinem Haushalt nicht aufhalten – dank Innovationen von AEG.
#FürAlleDieMehrErwarten
www.aeg.de/support/impressum + 2

agentur_triebwerk, steuerberaterin_kathi, und 9 weitere Personen sind Follower

- AEG Heimsp...
- Wäschepflege
- Raumpflege
- Küche & Koc...
- Nachhaltigk...

BEITRÄGE REELS MARKIERT





Das checke ich



UGC-CREATOR-KOOPERATION
für mehr **Persönlichkeit &**
weniger **Inhouse-Produktionen**



Also auf zu Norma, erstmal shoppen.

UGC Creator

0 Follower



vs.

Influencer

100k Follower



Erstellt Video
Content

SWEETTIPS

Brand postet das
Video als Ad

- ✓ 5X Höhere CTR
- ✓ 29 % Höhere CVR
- ✓ Authentisch



Influencer postet
das Video

- ✓ Reichweite des
Influencers



TIPP 10

How to Video

Teste verschiedene Bausteine

HOOK

B-Rolls

CTA



Blaubeeren & Kirschen

CHF 11.60 CHF 9.90
inkl. 2,5% MwSt. zzgl. Versandkosten

Inhalt
2 x 80 g

- ✓ OHNE ZUCKERZUSATZ - NATÜRLICH MIT STEVIA GESÜSST
- ✓ VEGAN **SPAR 15% beim Probier-Pack**
- ✓ FRISCHE GEFRIERGETROCKNETE KIRSCHEN & BLAUBEEREN
- ✓ UMHÜLLT MIT EDLER DUNKLE SCHOKOLADE MIT MIN. 70% KAKAOANTEIL

1 [IN DEN WARENKORB](#)

Video Aufbau

HOOK

B-Rolls

CTA



Blaubeeren & Kirschen

CHF 11.60 CHF 9.90
inkl. 2,5% MwSt. zzgl. Versandkosten

Inhalt
 2 x 80 g

- ✓ OHNE ZUCKERZUSATZ - NATÜRLICH MIT STEVIA
- ✓ GESÜSST **SPAR 15%**
- ✓ VEGAN **bim Probier-Pack**
- ✓ FRISCHE GEFRIERTROCKNETE KIRSCHEN & BLAUBEEREN
- ✓ UMHÜLLT MIT EDLER DUNKLE SCHOKOLADE MIT MIN. 70% KAKAOANTEIL

1 **IN DEN WARENKORB**

SWEETTIPS

Hooks Beispiel NORMA DIY

Ein Hook in einem Video ist ein einleitendes Element, das die Aufmerksamkeit der Zuschauer sofort fesselt und sie zum Weiterschauen anregt.



Kosten

"Vergiss teure Produkte: So machst du ein effektives Gesichtspeeling mit nur 3 Zutaten!"

Transformation

"Verwandle deine Hautpflege-Routine: DIY-Gesichtspeeling mit Zutaten, die du schon hast!"

Natürlichkeit

"Sag Tschüss zu abgestorbener Haut: Einfache DIY-Peeling mit nur 3 natürlichen Zutaten!"

Einfachheit

"Nur 3 Zutaten für das ultimative DIY-Gesichtspeeling - deine Haut wird es lieben!"

Hook Vorlage

Kosten

"Vergiss [...]:
So machst du [...]
mit nur [...]!"

Transformation

"Verwandle deine [...]
mit [...]!"

Natürlichkeit

"Sag Tschüss zu [...]
Einfache [...]!"

Einfachheit

"Nur [...]
für das ultimative [...]
deine [...] wird es lieben!"

SWEETSPOT

ICH HABE
SCHON VIELE

SWEETSPOT

WARUM MEIN
SKOTTI GRILL

SWEETSPOT

LIEBES
OUTDOOR-TAGEBUCH

Video Aufbau

HOOK

B-Rolls

CTA



Blaubeeren & Kirschen

CHF 11.60 CHF 9.90

inkl. 2,3% MwSt. zzgl. Versandkosten

Inhalt
2 x 80 g

- ✓ OHNE ZUCKERZUSATZ - NATÜRLICH MIT STEVIA GESÜSST
- ✓ VEGAN **SPAR 15%**
- ✓ FRISCHE GEFRIERGETROCKNETE KIRSCHEN & BLAUBEEREN
- ✓ UMHÜLLT MIT EDLER DUNKLE SCHOKOLADE MIT MIN. 70% KAKAOANTEIL

1 **IN DEN WARENKORB**

SWEETTIPS

B Rolls

B-Roll-Aufnahmen in einem Video sind ergänzende Szenen, die Hauptinhalte visuell unterstützen.

Establishing Shots

Weite Aufnahmen, die den Schauplatz einer Szene einführen.

Detail Shots

Nahaufnahmen, die spezifische Elemente oder Eigenschaften eines Objekts hervorheben, um die Aufmerksamkeit auf kleine, wichtige Details zu lenken.

Reaction Shots

Diese zeigen die Reaktionen von Personen auf Ereignisse, um Emotionen und Bedeutung zu vermitteln.

Green Screen Shots

Aufnahmen vor einem grünen Hintergrund, die es ermöglichen, in der Postproduktion beliebige Hintergründe oder visuelle Effekte einzufügen.



Video Aufbau

HOOK

B-Rolls

CTA



Blaubeeren & Kirschen

CHF 11.60 CHF 9.90
inkl. 2.5% MwSt. zzgl. Versandkosten

Inhalt
2 x 80 g

- ✓ OHNE ZUCKERZUSATZ - NATÜRLICH MIT STEVIA
- ✓ GESÜSST **SPAR 15%**
- ✓ VEGAN **bim Probier-Pack**
- ✓ FRISCHE GEFRIERGETROCKNETE KIRSCHEN & BLAUBEEREN
- ✓ UMHÜLLT MIT EDLER DUNKLE SCHOKOLADE MIT MIN. 70% KAKAOANTEIL

1 **IN DEN WARENKORB**

SWEETTIPS Call-to-Action

Ein Call-to-Action (CTA) am Ende eines Videos ist eine Aufforderung, die zur sofortigen Handlung motiviert.



Angebot oder Rabatt nutzen:

Lockt mit zeitlich begrenzten Rabatten oder Sonderangeboten.



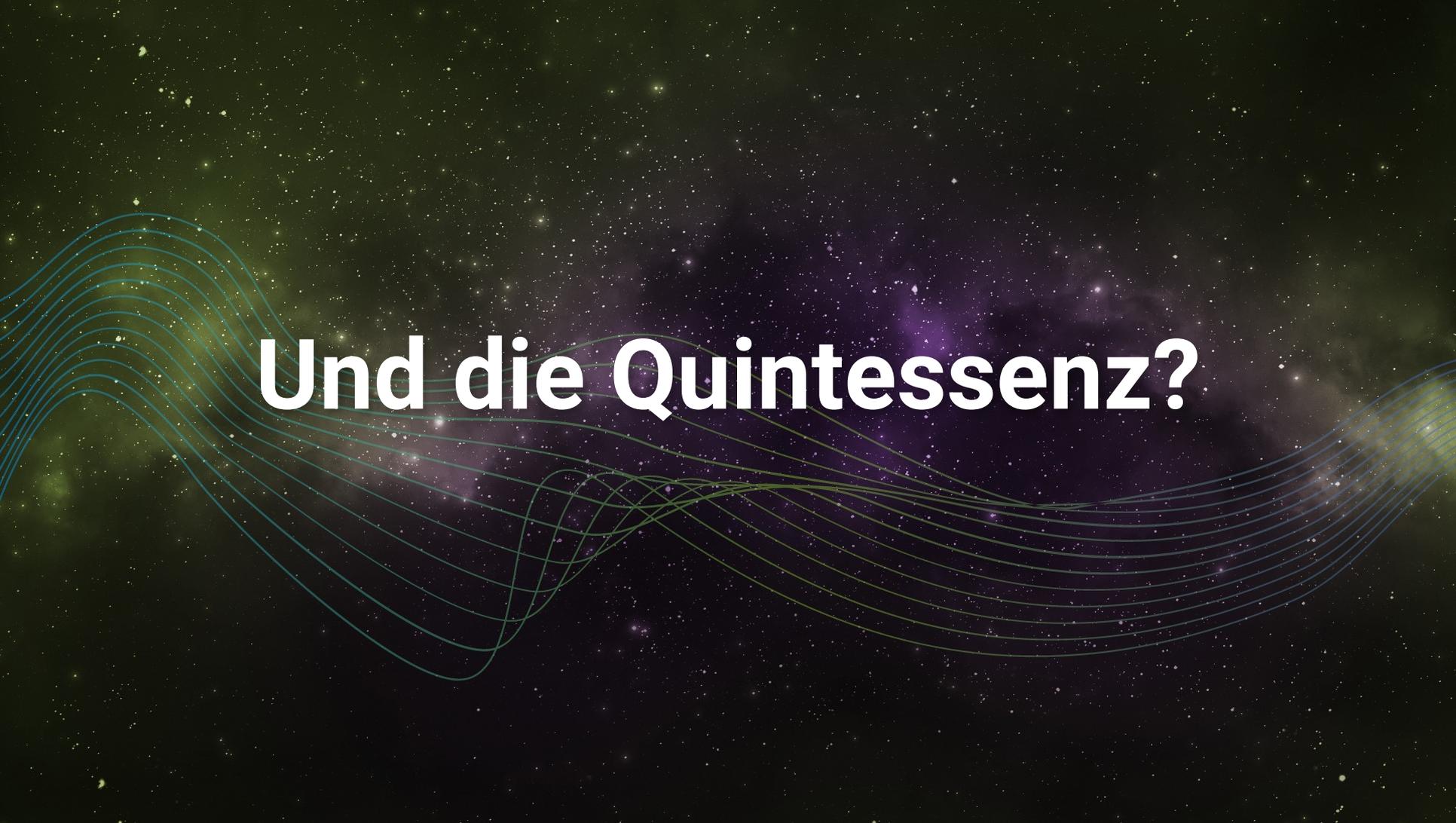
Downloaden:

"Jetzt herunterladen" - Direkter Aufruf zum Herunterladen der App



Kostenlos testen:

"Jetzt kostenlos probieren" – ermutigt potenzielle Kunden dazu, das Produkt ohne Risiko zu testen.

The background is a dark, star-filled space with a color gradient from green on the left to purple on the right. Numerous small, bright stars are scattered across the field. Overlaid on this are several thin, wavy lines in shades of blue and green that flow across the frame, creating a sense of motion or energy.

Und die Quintessenz?

A person wearing a reflective, metallic space helmet is centered in the frame. The helmet's visor reflects the surrounding environment. The background is dark, filled with numerous bright, glowing neon light tubes in shades of purple and blue, creating a futuristic, high-tech atmosphere. The tubes are arranged in various orientations, some parallel and some intersecting, creating a sense of depth and movement.

**Rettet Bewegtbild deine
Marke auf Social Media?!**

JEIN.

Ob Bewegtbild eine Marke "retten" kann, hängt von verschiedenen Faktoren ab, einschließlich der **aktuellen Herausforderungen, die die Marke erlebt (intern z.B. Budget, Kultur, Hierarchien, Strukturen), wie die **Zielgruppe** aufgebaut ist (Demografie) und wie strategisch und effektiv der **Bewegtbild-Content** eingesetzt wird.**

JA, weil ...

**Bewegtbild schafft neue Reichweiten
und erschließt neue Zielgruppen.
Außerdem kommt man auf einigen
Portalen ohne Video-Content gar nicht
mehr aus bzw. wird der Content
schlichtweg besser platziert.**

**Bewegtbild kann definitiv einen bedeutenden
Einfluss auf die Präsenz und Wahrnehmung
einer Marke auf Social Media haben.**

Wir erinnern uns ...

Bessere Erinnerungswirkung

Audiovisuelle Reize bleiben länger im Gedächtnis. Nach 72 Stunden bleiben 10% eines Textes, 65% eines Bildes und 95% eines Videos im Gedächtnis.

Mehr Aufmerksamkeit/ höheres Engagement

Dynamik & Emotion fesselt die Aufmerksamkeit der Nutzer besser & länger

Erhöhte Reichweite

Algorithmen bevorzugen Videos + es gibt mehr Platzierungen für Videoformate (z.B. Reelfeed)



Mehr Conversions

Produktvideos und Testimonials können Vertrauen in Marke stärken.

Vielfältige Einsatzmöglichkeiten

Unterschiedlichste Themen und Formate bespielbar.

Besseres Storytelling

Botschaften können visuell und auditiv vermittelt werden > mehr Emotion

NEIN, weil ...



NORMA - Dein Lebensmittel-Discounter

13. Mai · 🌐

...

🥗 Ganz NORMALE Tiere

Mit unseren KiWeiTurtles 🥝🍇 wird es exotisch auf dem Teller! Macht am besten gleich die doppelte Menge, denn die kleinen Tierchen sind zum Anbeißen lecker!

Das braucht ihr für 3 Schildkröten:

🥝 1 Kiwi

🍇 9... Mehr anzeigen



[Insights ansehen](#)

[Beitrag bewerben](#)

👍 7.110

88 Kommentare 308 Mal geteilt

Gefällt mir

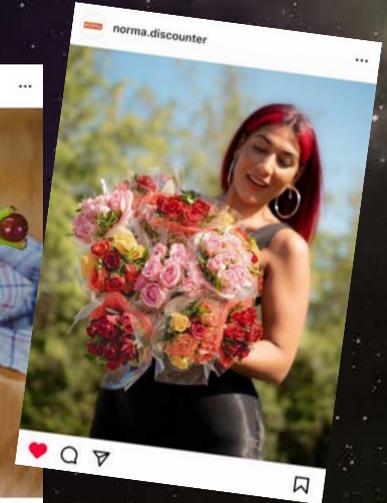
Kommentieren

Senden

Teilen

SCHNELLER KONSUM

- **Schnelle Aufnahme:** Fotos können schnell und einfach konsumiert werden, was besonders für Nutzer mit wenig Zeit oder in einer schnellen Umgebung attraktiv ist.
- **Instant Message: Fotos sind ideal für Plattformen und Situationen, in denen Nutzer schnellen Zugriff auf Informationen benötigen:**
 - Informationen zu Events (wann, wo, wie)
 - Einfachere Gewinnspiele
 - Ästhetik/Inspiration

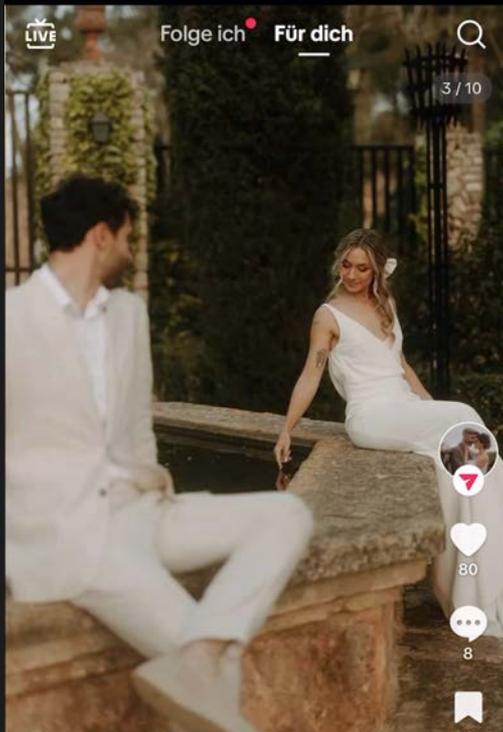




Folge ich **Für dich**



3 / 10



80



8



4



Mallorca, Sp... · Balearic Islands | 2



1

Sarah Guber Foto

Destination weddings hit different ✨
#weddingphotography #mallorcawedding



Home



Freund*innen



Posteingang



Profil





SWEETTIPS

Nutze
für deine Werbeanzeigen,
organischen Posts
und Webseite
**die gleichen Faces und
schaffe einen
Wiedererkennungswert!**

VIelfalt & Abwechslung

- **Unterschiedliche User-Gewohnheiten:** Verschiedene Formate sprechen unterschiedliche Nutzerpräferenzen und Konsumgewohnheiten an. Außerdem spielt das jeweilige User-Interface eine Rolle.
- **Abwechslung im Feed:** Fotos und Carousels bieten visuelle Abwechslung im Feed, was die Aufmerksamkeit der Nutzer erhöht und Langeweile vermeidet. Ein abwechslungsreicher Content-Mix hält das Publikum interessiert und engagiert.

DESHALB:

**Idealerweise handelt es sich bei eurer
Content-Planung um einen Mix
(Reels, Carousels, statische Posts usw.)**



**Eine diversifizierte Content-Strategie,
die sowohl Bewegtbild- als auch Still-Formate
umfasst, maximiert die Reichweite, das
Engagement und die Effektivität der
Social-Media-Aktivitäten.**

Don't forget!

DIE HOLY 10 TIPPS

Tipp 1: Entwickle eine (Video-)Content-Strategie

Tipp 2: Gib deinen Zuschauern einen Mehrwert!

Tipp 3: Interagiere mit deinen Usern!

Tipp 4: Spiele Trends!

Tipp 5: Sound nicht vergessen!

Tipp 6: Füge Untertitel & Texte ein

Tipp 7: Regelmäßigkeit!

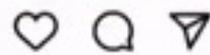
Tipp 8: Kein Geld? Stock darf's auch mal sein!

Tipp 9: Kooperiere mit Influencer, Marken, UGC-Creator:innen

Tipp 10: How to Video: Hook, B-Rolls, CTA



Probieren
geht über ...



Liked by nik and 3,544,511 others

kristheorin My phone's just blowing up rn



TRIEBWERK X SWEETSPOT

DANKE FÜRS
ZUHÖREN!

Wir freuen uns, wenn ihr uns auf
LinkedIn, Insta & Co. verlinkt!



TRIEBWERK

GEMEINSAM



ABHEBEN.

Alle in dieser Präsentation aufgeführten Ideen, Vorschläge, Teilkonzepte, Namen u.ä. sind geistiges Eigentum der Agentur Triebwerk GmbH und urheberrechtlich geschützt. Jegliche Nutzung ist nur mit schriftlicher Genehmigung der Agentur Triebwerk GmbH gestattet.