Deutsches Rotes Kreuz



Das Wichtigste übersichtlich und in Kürze

Videovorgaben

Hinweis

Für alle hier abgebildeten Beispiele existieren Vorlagen für Adobe Premiere, die im Styleguide heruntergeladen werden und für die individuelle Videoerstellung genutzt werden können. Für alle anderen Programme ist sich bitte an den Vermaßungen zu orientieren.

Allgemeines

Um auch in Filmen und Videos ein einheitliches Erscheinungsbild zu erzielen, liefert Ihnen dieses PDF die Grundlagen für die Gestaltung Ihrer Film- und Video-produktionen.







Bestandteile

Neben dem eigentlichen Filmmaterial können folgende weitere Bestandteile zum Einsatz kommen:

- Bauchbinden (i.d.R. Einblendungen von Namen)
- Untertitelungen
- grafische Einblendungen (z.B. Standortangaben und Hashtags)
- Outro (Schlusschart des Films)

Nachfolgend werden Ihnen die Besonderheiten der einzelnen Elemente erläutert und nach welchen definierten Vorgaben ein Einsatz erfolgen sollte.

Auflösung und Format

Es gibt mehrere unterschiedliche Videoformate für einzelne Social-Media-Kanäle, auf denen ihr Video ausgespielt werden soll. Hier die gängigsten Formate:

- **16:9 (Querformat)** beispielsweise für YouTube.
  Dieses Format hat eine Größe von 1920×1080px.
  Die Auflösung sollte hier min. 1080p betragen.
- **9:16 (Hochformat)** beispielsweise für Instagram-Reel.
  Dieses Format hat eine Größe von 1080×1920px.
  Die Auflösung sollte hier min. 1080p betragen.
- **1:1 (Quadrat)** beispielsweise für Facebook-Ads.
  Dieses Format hat eine Größe von 1080×1080px.
  Die Auflösung sollte hier min. 1080p betragen.

Das gängigste Video-Codec ist H.264/MP4.

Filmlänge

Generell gilt es, alle Informationen, die ihr Video vermitteln soll, so kompakt wie möglich darzustellen. Allgemein ratsam ist es, direkt in das Thema einzusteigen, damit der Zuschauer sofort erkennt, worum es im Video geht. Je länger Vorspann bzw. Einstiegs-Sequenzen sind, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass der Zuschauer abschaltet.

- Videos für YouTube sollten eine Länge von 90 Sekunden bis 2 Minuten nicht überschreiten.
- Instagram-Reels dürfen max. 90 Sekunden lang sein, ansonsten kann man sie nicht veröffentlichen.
- Video-Ads z.B. auf Facebook sollten etwa 15 bis max. 20 Sekunden lang sein.

Möchten Sie sehr viele unterschiedliche Themen innerhalb eines Videos verarbeiten, denken Sie lieber darüber nach, die Themen auf mehrere Videos aufzuteilen.

Einblendungen

Textliche Einblendungen

Die Art und Weise sowie die Dauer von Einblendungen für Bauchbinden, Untertitel und Logos sollte im Video einheitlich sein und lang genug angezeigt werden. Alle Videos (auch deutschsprachige) sollten über Untertitel verfügen, um möglichst viele Menschen zu erreichen.

Grafische Einblendungen

Unsere grafischen Einblendungen geben weiterführende Informationen zum Videoinhalt und enthalten folgende Elemente:

1. DRK-Dauerlogo (oben links bündig zum Videorand)
2. Optionaler Hashtag (oben rechts im Bild)
3. Optionaler Standort (unten rechts im Bild)
4. Texteinblendung Headline (Merriweather Bold)
5. Texteinblendung Subline (Helvetica Neue Regular)

	Schrift	Schriftgröße
Hashtag	Helvetica Neue Regular	42 pt
Headline	Merriweather Bold	58/75 pt
Zusatztext	Helvetica Neue Regular	45/55 pt
Standort	Helvetica Neue Regular	42 pt



Abbildungsbeispiel textliche Einblendungen



Abbildungsbeispiel grafische Einblendungen

Bauchbinde

Die Bauchbinde vermittelt wichtige Informationen zu den im Video gezeigten Personen. Sie enthält den Namen der sprechenden Person, ihren Titel / Position und ggf. die Abteilung, in der die Person tätig ist. Ergänzt werden diese Informationen durch das DRK-Logo (mit Regionalisierung). Positionierung, Größenverhältnisse, Schriftfarben und Abstände sind entsprechend definiert und sollten unbedingt eingehalten werden. Die Bauchbinde wird am unteren Bildschirmrand platziert, um nicht vom eigentlichen Video abzulenken.

Animation

Die Bauchbinde wird eingeblendet, kurz nachdem die Person angefangen hat zu sprechen. Die Bauchbinde sollte lange genug stehen bleiben, sodass der Text gut lesbar ist. Während der Ein- und Ausblendung läuft das Video weiter, die Bauchbinde legt sich über das Video. Die Art der Einblendung (z.B. vom rechten Bildrand zur Mitte verlaufend) ist festzulegen.



Abbildungsbeispiel: 1920 × 1080 px

	Schrift	Schriftgröße
Name	Merriweather Bold	45/55 pt
Beschreibung	Helvetica Neue Regular	35/48 pt







Untertitel

Alle Videos (auch deutschsprachige) sollten über Untertitel verfügen, um möglichst viele Menschen mit dem Video zu erreichen und die Inhalte verständlicher zu machen.

Videos mit Untertitel werden u.a. auf Social Media länger angesehen, da diese oft ohne Ton angeschaut werden und dann mit einem Untertitel einfacher zu verstehen sind.

Der Untertitel wird in der Regel **unten, zentriert und zweizeilig** im Format platziert. Bei sehr kurzen Sätzen oder Abschnitten, in denen der Untertitel andere Videoelemente überlagert, darf er auch einzeilig sein. Wird zu dem Untertitel auch eine Bauchbinde eingeblendet, so rutscht der Untertitel in dem Fall nach oben. Zur besseren Lesbarkeit wird der schwarze Text auf einen weißen Hintergrund (mit einer Deckkraft von 75 %) hinterlegt. Der Untertitel kann wie abgebildet in diesen beiden Varianten dargestellt werden. Bitte verwenden Sie eine dieser Versionen durchgängig für das gesamte Video.

Animation

Der Untertitel wird als gesamte Grafik (siehe Beispiel rechts) eingeblendet. Die Dauer des Untertitels richtet sich nach Textmenge und Sprechtempo und sollte mindestens fünf Sekunden zu lesen sein.

Der Text sollte immer in Sinnabschnitte unterteilt werden und kann dementsprechend auch einzeilige Passagen enthalten (diese werden vertikal zentriert auf der Banderole ausgerichtet – die Schriftgröße ändert sich hierbei nicht).



Abbildungsbeispiel: 1920 × 1080 px

	Schrift	Schriftgröße
Text	Helvetica Neue Regular	45/48 pt







Outro

Das Outro bildet das Ende einer jeden Filmproduktion des Deutschen Roten Kreuzes. Wichtig: Absender und optional Web-Adresse des Absenders (ggf. auch Hashtag) und Produktionsdatum nicht vergessen.

Das Outro wird zum Schluss eingeblendet, mit einer Dauer von einer Sekunde und bleibt bis zum Endes des Films stehen – es erfolgt keine Abblende am Schluss. Das Outro sollte ca. fünf Sekunden eingeblendet bleiben.

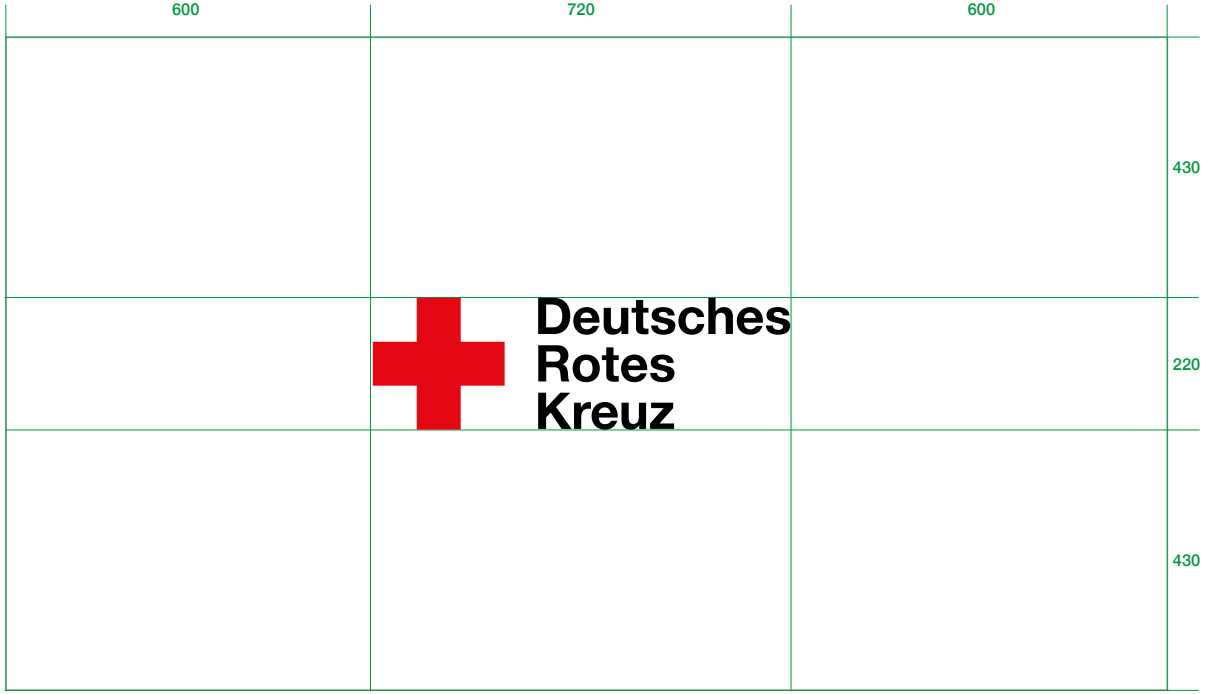
Hier finden Sie die Animation in 16:9 (Querformat), 9:16 (Hochformat) und 1:1 (Quadrat).



Abbildungsbeispiel: Regionalisierung



Abbildungsbeispiel: Spendenaufruf



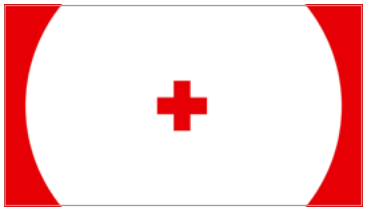
Abbildungsbeispiel: 1920 × 1080 px

	Schrift	Schriftgröße
Text	Helvetica Neue Regular	35/48 pt

Die Unterkante des Textes wird immer an der vorgegebenen Linie platziert. Mehr Text richtet sich in dem Fall nach oben aus.







Videoanforderungen

	Facebook	Instagram	YouTube	Snapchat	LinkedIn	Xing	Twitter
Videoformate	empfohlen wird .mp4/.mov	empfohlen wird .mp4/.mov	empfohlen wird .mp4/.mov	nur .mp4/.mov	empfohlen wird .mp4/.mov	empfohlen wird .mp4/.mov	nur .mp4/.mov High-Efficiency AAC (Audioformat) wird nicht unterstützt
max. Videolänge	240 Minuten	60 Sekunden	12 Stunden	10 Sekunden	10 Minuten	keine Einschränkung	140 Sekunden
Quellenverhältnis	16:9 bis 9:16	1.91:1 bis 4:5	empfohlen wird 16:9	9:16	1:2,4 bis 2,4:1	16:9	empfohlen wird 1:3 bzw. 3:1

Deutsches Rotes Kreuz

Kontakt

Sie benötigen spezielle Designvorlagen oder haben Fragen zum Umgang mit den Videovorgaben des DRK?

Melden Sie sich gern: **content@drk.de**.

© Deutsches Rotes Kreuz