

## Gut zu wissen: Produktion eines Videos über Forschungsprojekte

Stand: Juni 2025

Texte sind hilfreich für die Vermittlung von Wissen, aber noch anschaulicher machen es gute Videos. Was bei der Erstellung in welcher Reihenfolge hilfreich ist, legt dieser Leitfaden dar.

### Grundsätzliches/Präproduktion

#### Inhaltliches

Überlegen Sie zu Beginn: Was genau wollen Sie vermitteln? Welche Technik/Erfindung, welches Forschungsergebnis soll zu sehen sein? Welche Personen spielen eine Rolle bzw. sollen etwas sagen? Klären Sie frühzeitig mit möglichen Kandidat\*innen, ob sie in einem Video zu sehen sein möchten.

An welche Zielgruppe richten Sie sich mit Ihrem Video? Die „allgemeine Öffentlichkeit“ gibt es nicht. Für eine stimmige Kommunikation Ihrer Inhalte ist es hilfreich, sich die Zielgruppe als konkrete Person vorzustellen und auf diese Stil und Tiefe des Videos abzustimmen.

Wie lang soll Ihr Video sein? Angesichts der aktuellen Aufmerksamkeitsspanne gilt: In der Kürze liegt die Würze. Kurze Videos dauern maximal eine Minute, Erklärstücke können zwei Minuten oder länger sein.

Zur inhaltlichen Gestaltung beraten die Forschungskommunikatorinnen Sie gern (s.u.).

#### Organisatorisches

Ein gutes Video entsteht nicht spontan. Stimmige Visualisierung braucht eine Produktionszeit von einigen Wochen, bei längeren Beiträgen erhöht sich der Zeitraum. Planen Sie neben Ihren üblichen Aufgaben genug Zeit für Konzeption und Umsetzung des Videos ein.

Stellen Sie eine Person aus Ihren Reihen dazu ab, die Produktion von Anfang bis Ende federführend zu begleiten. Während des Drehs und der Postproduktion ist es hilfreich, wenn sogar zwei Vertreter\*innen Ihrer Institution dabei sind – vier Augen sehen mehr als zwei.

Fragen Sie wichtiges Material für das Video möglichst frühzeitig in Ihrer Einrichtung oder bei Kooperationspartner\*innen ab bzw. recherchieren Sie dieses. Dazu können u.a. Technik, Modelle, Grafiken und Räume (Labore o.ä.) zählen, aber auch Fotos oder bereits vorhandenes Videomaterial.

Was ist ein stimmiger Ort für Ihre Aufnahmen: Drinnen? Draußen? Ein Labor? Räume sind vorab beim Gebäudemanagement zu buchen. Wenn Sie außerhalb Ihres Büros/ Ihrer Projekträume drehen oder beim Dreh bspw. Drohnen einsetzen, benötigen Sie auf dem Campus als öffentlichem Ort eine Drehgenehmigung. Senden Sie dafür eine Mail an den Pressesprecher Dr. Markus Lemmens: [markus.lemmens@leuphana.de](mailto:markus.lemmens@leuphana.de)

Dies ist nicht notwendig, wenn Sie ein Video mit Zeichentrick oder Legetricktechnik (Beispiel: <https://www.youtube.com/watch?v=2uz4Vizvn6c>) erstellen möchten. Diese Formen sind allerdings nicht weniger aufwändig, so ist z.B. eine gute Grafik unerlässlich.

Sie können ein Video selbst erstellen. Die notwendige Technik verleiht das Medienzentrum: <https://www.leuphana.de/services/miz/lernen-arbeiten/videoproduktion.html>. Für die Postproduktion stehen Leuphana Mitarbeitenden nach Absprache diese Video-Studios zur Verfügung:

- MIZ-Video-Studio: <https://www.leuphana.de/services/miz/lernen-arbeiten/bib-videostudio.html>
- Video-Studio des Lehrservice mit Assistenz: <https://www.leuphana.de/lehre/digitale-tools/medienproduktion/videoproduktion.html>

Der Einsatz einer Smartphone-Kamera bietet sich in der Regel nur eingeschränkt an für einen professionellen Auftritt.

Entscheiden Sie sich, den Dreh an eine externe Video-Firma zu vergeben, wird diese Sie professionell unterstützen. Deren Arbeit finanzieren Sie aus eigenen Mitteln. Mit der Video-Firma besprechen Sie Ihre Vorstellungen – die Mitarbeitenden werden Sie beraten, ob und wie diese umsetzbar sind.

Zur Nutzung und Einbindung von Musik sowie zum Erhalt entsprechender Lizenzen gibt es hier

Informationen: <https://www.leuphana.de/intranet/kommunikation/video/musik.html>

Alle Anlaufstellen für Video-Produktion an der Leuphana und Anleitungen für die Veröffentlichung hat die Video-Redaktion zusammengestellt: <https://www.leuphana.de/intranet/kommunikation/video.html> Wenn Sie zusätzliche Fragen haben, wenden Sie sich gern an die dort angegebenen Kontakte.

Und schließlich: Planen Sie für die Erstellung der Videos Puffer-Zeiten ein. Es kann immer etwas dazwischenkommen, eine Person krank werden oder aus anderen Gründen (befristet) nicht verfügbar sein.

Zu organisatorisch-technischen Fragen berät sie Olaf Krafft als Leiter des AVM-Service (Audio-Visuelle Medien) im MIZ gern: [olaf.krafft@leuphana.de](mailto:olaf.krafft@leuphana.de), +49.4131/677-1305.

## Produktion

Planen Sie auch die Drehzeiten großzügig. Gute Aufnahmen entstehen mit Ruhe und Vertrauen.

Erstellen Sie im Vorfeld eine Liste der Dinge/Situationen/Menschen, die aufgenommen werden sollen. Dies hilft, alles nacheinander während des Termins jeweils abzuhaken.

Lassen Sie den Ablauf frühzeitig allen Beteiligten zukommen, so dass diese sich darauf einstellen können.

Für die Erstellung von Fotos/Videos benötigen Sie das Einverständnis der entsprechenden Personen.

Hinweise hierzu hat die Universitätskommunikation zusammengestellt:

<https://www.leuphana.de/intranet/kommunikation/fotos.html> . Nehmen Sie diese mit zum Dreh. Sie können Sie zusätzlich vorab an die Beteiligten versenden, damit sie das Papier in Ruhe lesen können.

Stichwort Barrierefreiheit: Das Video sollte Untertitel haben, der Menschen mit Hörbehinderung das Verständnis ermöglicht.

Überlegen Sie, ob das Video auch mit englischen Untertiteln erscheinen oder übersetzt werden soll.

Bevor Sie den Dreh beenden: Prüfen Sie, ob Sie wirklich alle Aufnahmen haben, die Sie benötigen.

## Postproduktion

Überlegen Sie, welche Mitarbeitenden aus Ihrer Einrichtung für Rückmeldungen bzw. die Abnahme des Videos zuständig sind. Wer ist dafür inhaltlich relevant? Wenn Sie keine\*n Kommunikationsbeauftragte\*n haben, bedenken Sie: Wer hat ein Händchen für Kommunikationsfragen? Welche Projektbeteiligten sind relevant? Müssen Drittmittelgeber\*innen ihr Einverständnis für die Produktion geben? Gibt es von deren Seite Vorgaben für Abspann oder Nennung, wie bspw. das Einbinden ihres Logos? Unbedingt zu beachten sind dabei Vorgaben aus den Vereinbarungen mit Drittmittel-Gebern.

### Checkliste zur Freigabe des Videos

- ☐ Sind alle relevanten Informationen im Video enthalten? Ist es für die Zielgruppe verständlich?
- ☐ Ist das Thumbnail-Foto ansprechend? (Das „Standbild“, das als Ankündigung zu sehen ist). Dieses kann sich beim Hochladen ins Internet verändern.
- ☐ Sind die Namen und Positionsbezeichnungen in den Untertiteln korrekt?
- ☐ Stimmen die Untertitel inhaltlich mit dem Gesprochenen überein?
- ☐ Stimmen die Untertitel zeitlich mit dem Gesprochenen/Gezeigten überein?
- ☐ Sind die Untertitel korrekt geschrieben (Grammatik, Wörter)?
- ☐ Sind die Urheberrechte geklärt? Dies gilt nicht nur für Musik, sondern auch für Material (Fotos, Videos, Grafiken), die im Video zu sehen sind.

- ☐ Bietet der Abspann jede relevante Information (verpflichtende Logos, Protagonist\*innen, Helfer\*innen im Hintergrund, Drittmittelgeber, Leuphana Universität Lüneburg, inhaltlich verantwortliche Personen, weitere Einrichtungen)?
- ☐ Sind alle Informationen im Abspann korrekt geschrieben?
- ☐ Fühlen sich alle Gezeigten richtig wiedergegeben?
- ☐ Enthält das Video diskriminierende Äußerungen, Metaphern oder ist es personell unausgewogen? Bedient es veraltete kulturelle Bilder? Lassen Sie sich ggf. vom Gleichstellungsbüro beraten.
- ☐ Bitten Sie auch eine Person, die Ihrer Zielgruppe entspricht und die Produktion zuvor nicht begleitet hat, Ihnen eine Rückmeldung zum fertigen Video zu geben.
- ☐ Wenn ihr Video online ist – gibt es weitere Institutionen, die es verlinken können/möchten? Dies unterstützt die Kommunikation Ihres Vorhabens in die Breite.

Videos, die auf [www.leuphana.de](http://www.leuphana.de) eingebunden sein sollen, müssen auf ein Video-Hosting-Portal eingestellt und dann verlinkt werden. Informationen für alle notwendigen Angaben und ein Onlineformular finden Sie hier <https://www.leuphana.de/intranet/kommunikation/video/antrag.html> Bei Fragen wenden Sie sich auch hier gern an die Videoredaktion mithilfe der angegebenen Kontakte auf der Webseite.

---

Sie möchten Ihre Forschung kommunizieren und wünschen sich dafür eine Beratung? Melden Sie sich gern bei den Referentinnen für Forschungskommunikation des Forschungsservice:

Dr. Marie-Luise Braun, [marie-luise.braun@leuphana.de](mailto:marie-luise.braun@leuphana.de), +49.4131/677-1449

Dr. Wiebke Vorrath, [wiebke.vorrath@leuphana.de](mailto:wiebke.vorrath@leuphana.de), +49.4131/677-1842

Weitere Tipps & Tools für Ihre Forschungskommunikation finden Sie hier:

<https://www.leuphana.de/forschung/foerderung/forschungsservice/forschungskommunikation.html>