



Deutsche Innungsbäcker



*Tipps und Tricks
für eine gelungene
Video-Botschaft*

#Brotmomente



2020 war ein hartes Jahr für alle, nicht nur für Handwerksbetriebe, sondern für jeden von uns.

Wir möchten den Verbrauchern zeigen, dass wir diese Zeit gemeinsam durchstehen und für sie da sind.

Anlässlich des **9. TAG DES DEUTSCHEN BROTES** am 21.04.2021 werden wir positive Botschaften verbreiten und die kleinen Highlights wieder in den Fokus rücken: Die **#BROTMOMENTE**.

Aus diesem Grund möchten wir Sie um Ihre persönliche Videobotschaft bitten.

ERZÄHLEN SIE IHREN KUNDEN: Was ist Ihr persönlicher Brotmoment? Das kann alles sein: von bewegend und emotional bis traurig oder witzig. Alles ist erlaubt – solange es authentisch ist.

Ihre Beiträge werden in unseren Maßnahmen eingebunden und prominent platziert.

Wir planen eine große Online-Initiative zum Tag des Deutschen Brotes in ganz Deutschland mit starker Reichweite (via Social Media, Presseaktivitäten, Website) in Richtung Verbraucher, Bäcker & Presse. Die Kommunikation startet bereits ca. einen Monat vor dem Tag des Deutschen Brotes.

Das ist der ideale Anlass für Sie, mit einer Aktion vor Ort und/oder Online Ihre Bestandskunden zu überraschen und so noch mehr Kunden in Ihre Bäckerei zu locken.



Viele Brotmomente – eine Botschaft von Verbrauchern, Bäckern und Brot-Botschaftern.

#BROTMOMENTE – nur vom echten IN-Bäcker!

11 Tipps und Tricks für eine gelungene Video-Botschaft:

1

Alles, aber bitte authentisch:

Erzählen Sie uns von IHREM persönlichen #Brotmoment. Der kann alles sein: witzig, emotional, fröhlich oder auch traurig. Wichtig ist nur, dass er echt ist – dann kann der Verbraucher Ihre Emotionen nachempfinden. Wichtig ist: bloß nicht langweilen!



2

Ähm, wie war das noch mal:

Überlegen Sie vorher, was Sie berichten möchten. Das Video muss nicht im ersten Anlauf perfekt sein. Proben Sie Ihren Text ein paar Mal vor laufender Kamera und schauen Sie sich das Ergebnis zwischendurch an. Aber studieren Sie das Video nicht ein, denn sonst wirkt es gestellt und nicht mehr authentisch.



3

Kurz und knackig auf den Punkt:



Gerade im Internet ist die Aufmerksamkeitsspanne recht gering. Versuchen Sie, Ihren Brotmoment innerhalb von wenigen Sätzen auf den Punkt zu bringen. Vielleicht eignet sich für Ihren #Brotmoment auch eine andere Darstellung als nur das gesprochene Wort. Wenn Ihr Brotmoment z.B. der Duft eines warmen frischen Brotes am Morgen ist, dass Sie aus dem Ofen holen, könnten Sie das Brot beispielsweise aufreißen und genüsslich den Duft einatmen. Hier sind Ihrer Kreativität keine Grenzen gesetzt.

4

Zeigen Sie sich – klar und nah:

Sie sind Bäcker und das wollen wir sehen. Zeigen Sie sich von Ihrer besten Seite und machen Sie durch Ihr Outfit deutlich, dass Sie stolz auf Ihr Handwerk sind. Sie können dabei in Ihrer Backstube, im Verkaufsraum oder einfach in ihrer Kluft beim Spaziergang sein – alles ist möglich. Damit man Sie gut erkennt, eignet es sich am besten, wenn sie nicht zu weit weg von der Kamera stehen. Ideal ist es, wenn man Ihr Gesicht und Ihren Oberkörper sieht.



5

Der erste Eindruck zählt:



Wie auch in Ihrem Verkaufsraum gilt in einem Video, dass der erste Eindruck der Wichtigste ist. Zeigen Sie sich und Ihre Bäckerei von Ihrer besten Seite (wie immer sauber und gemäß den aktuellen Hygiene-/Corona-Vorgaben).

6

Sie werden gehört:

Qualität ist alles. Das gilt nicht nur für Ihre Backwaren, sondern auch für Ihr Video. Versuchen Sie, für den Zeitraum der Video-Aufnahme die Hintergrundgeräusche möglichst zu reduzieren. Dann kann der Verbraucher Ihre Botschaft besser verstehen. Bei Aufnahmen im Freien am besten noch mal prüfen, dass der Ton gut klingt.

7

Selfie oder Fremdaufnahme:

Am einfachsten funktioniert die Aufnahme mit einem Handy. Ob Sie sich selbst aufnehmen oder eine/n Kolleg*in bitten, bleibt ganz Ihnen überlassen. Versuchen Sie, bei der Aufnahme die Kamera möglichst stabil und gerade zu halten, damit später im Video nichts wackelt. Am besten platzieren Sie die Kamera in einem Stativ oder auf einem Tisch.

8

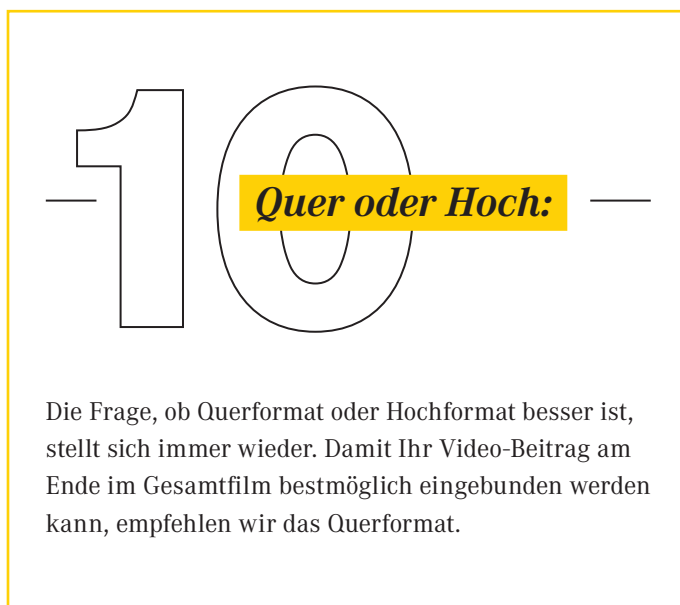
Blickkontakt wirkt:

Achten Sie darauf, dass Sie auf jeden Fall in die Kameralinse und nicht auf das Display schauen, denn das wirkt persönlicher. Wenn schon woanders hinsehen, dann absichtlich und überlegt.

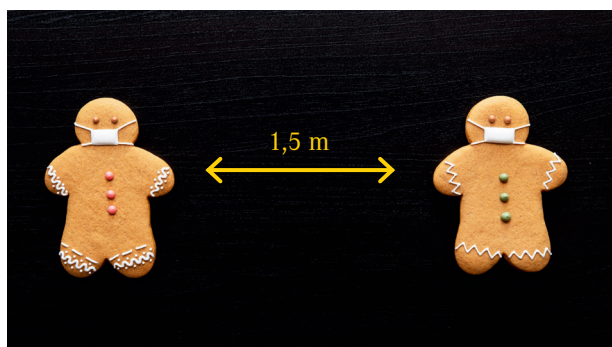




Prüfen Sie die Lichtquelle vorab. Ein starkes Gegenlicht oder ein Licht von oben sind eher unvorteilhaft. Eine Lichtquelle von vorne ermöglicht, dass Ihr Gesicht gut ausgeleuchtet ist.



Die Frage, ob Querformat oder Hochformat besser ist, stellt sich immer wieder. Damit Ihr Video-Beitrag am Ende im Gesamtfilm bestmöglich eingebunden werden kann, empfehlen wir das Querformat.



Trotz allem ist die Situation rund um die Pandemie immer noch ernst. Nehmen Sie daher auch bei Ihrer Video-Aufnahme die AHA-Regeln ernst. Fröhliche Gesichter sind gut, zu viele eng beieinanderstehende Kollegen ohne Maske schrecken in der aktuellen Zeit eher ab.

SIE BRAUCHEN NOCH INSPIRATION?

→ <https://www.baeckerhandwerk.de/tddb2021/#videoaktion>

Los geht's:

Zeigen Sie Ihren persönlichen **#BROTMOMENT**.
Verbreiten Sie **Hoffnung, Zuversicht und Stärke**.
Denn **gemeinsam backen wir das!**

HINWEIS:

Bitte beachten Sie, dass wir die Videos ggf. kürzen und/oder bearbeiten, damit sie im Gesamtfilm optimal eingebunden werden können.

