

Das Video Design

Einfach bewegend

Video-Design-Manual Version 1
Stand November 2023



Inhaltsverzeichnis

	Impressum	3
	Vorwort	4
1	Videoproduktion & Nachbearbeitung	5
	Musik	6
	Soundeffekte	8
	Videoschnitt	9
	Farben & Color Grading	10
2	Videostruktur	27
	Intro	28
	Vorspann	33
	Titeleinblendung	35
	Hauptinhalt	
	Outro	
	Abspann	36

3	Videoelemente	
	Logo	42
	Titeleinblendung	46
	Bauchbinde	48
	Texteinblendung	49
	Untertitel	52
4.	Erklärfilme	72
	Animationsstil	74
5.	Bereitstellung der Videoinhalte	79



Impressum

Herausgeber

Mainova AG
Konzernkommunikation
und Public Affairs, M1-K
Solmsstraße 38
60486 Frankfurt

Projektleitung, Redaktion und Ansprechpartner

Ferdinand Huhle
Bereichsleiter Konzernkommunikation
und Public Affairs, M1-K
(verantwortlich)
Telefon: 069 213-83534
E-Mail: f.huhle@mainova.de

Christoph Schäfer
Abteilungsleiter Markenführung
und Sponsoring, M1-KS
(Projektleitung)
Telefon: 069 213-27995
E-Mail: c.schaefer2@mainova.de

Klaus Schickel
Corporate Design
Konzernkommunikation und
Public Affairs, M1-KS
(Projektleitung)
Telefon: 069 213-26228
E-Mail: k.schickel@mainova.de

Downloads

mainova.de/corporate-design

Stand

November 2023



Vorwort

Unser Video Design erzeugt den wiedererkennbaren Mainova-Look im Bewegtbild – um mit den Inhalten Menschen zu bewegen.

Wiederkehrende Gestaltungselemente bilden den gestalterischen Rahmen und stärken die Wiedererkennung und Zuordnung.

So gelingt es uns, die Vielzahl unterschiedlicher Kommunikationsmaßnahmen im Bewegtbild zu stärken und mit der Marke Mainova zu verknüpfen.

Aus unserem Unternehmens-Spirit „Energie ist für uns Bewegung“ möchten wir die Attribute Energie und Bewegung gleichermaßen als inhaltliche und visuelle Klammer in den filmischen Beiträgen sichtbar machen, weil es einen wichtigen Beitrag zur Marke leistet.

Sämtliche Vorlagen der Videoelemente finden Sie auch zum Abruf auf der Mainova Homepage. Details sind im Kapitel Videoelemente hinterlegt.

Lassen Sie uns gemeinsam und jeden Tag aufs Neue den Mainova-Spirit sichtbar machen!

Mit freundlichen Grüßen,

Mainova AG

1

Videoproduktion & Nachbearbeitung

Allgemein

Die Videos der Marke Mainova bringen stets eine optimistische, helle und fröhliche Grundstimmung mit sich. Inhalte sollen sowohl mit Emotionen, als auch mit Informationen gefüllt sein, um so die Markenbotschaft audiovisuell bestmöglich zu kommunizieren.

Arbeiten sie im Film mit möglichst realen Personen die authentisch einen Bevölkerungsquerschnitt und unsere Verwurzelung in Frankfurt Rhein-Main inklusive der damit einhergehenden Vielfalt abbilden, sowie ein moralisch als auch ein sozial/ethisch korrektes Verhalten zeigen.

Ein erzählerischer Spannungsbogen hält das Interesse des Zuschauers hoch. Inhalte und Informationen sollen daher dynamisch und geordnet kommuniziert werden.

Aus diesem Grund ist beim Videoschnitt auf folgende Punkte zu achten:

Musik

Die Musik steht stark in Abhängigkeit zum Videothema und Einsatzbereich. Grundsätzlich wird, wie auch in der Bildsprache eine heitere optimistische Grundstimmung angestrebt. Auch Abwechslung und Dynamik sollte beachtet werden, um so Bewegung und Energie zu vertonen.

Sound- und Videoeffekte

Sound- und Videoeffekte können den bildlichen Inhalt unterstützen, so dass dieser noch lebendiger und interessanter für den Zuschauer wird. Insgesamt ist auf einen sparsamen, dem Anlass angemessenen Umfang mit Effekten zu achten.

Videoschnitte

Ziel der Videoschnitte ist es, diese möglichst fließend und aufeinander abgestimmt zu setzen. Dabei muss auf zusammengehörige Inhalte, eine harmonische Bildkomposition, die Kamerabewegungen zwischen den Bildern und der Musik geachtet werden.

Text- & Grafikelemente

Durch Text- und Grafikelemente wird der kommunizierte Inhalt unterstützt. So können komplexe Inhalte vereinfacht und die Videobotschaft verdeutlicht werden. Die Elemente, welche dazu genutzt werden, sind dem Kapitel [“Videoelemente“](#) zu entnehmen.

2

Farben & Color Grading

Allgemein

Es wird ein helles, natürliches Bild angestrebt. Sehr starke Kontraste oder über-sättigte Farben werden vermieden.



Weißabgleich

Die Bildsprache der Marke Mainova ist durchweg von natürlichen Farben und hel-len Bildern geprägt. Daher ist hier auf den richtigen Weißabgleich zu achten, sodass die Farben im Video nicht zu warm oder zu kalt erscheinen.



zu kalt

richtig

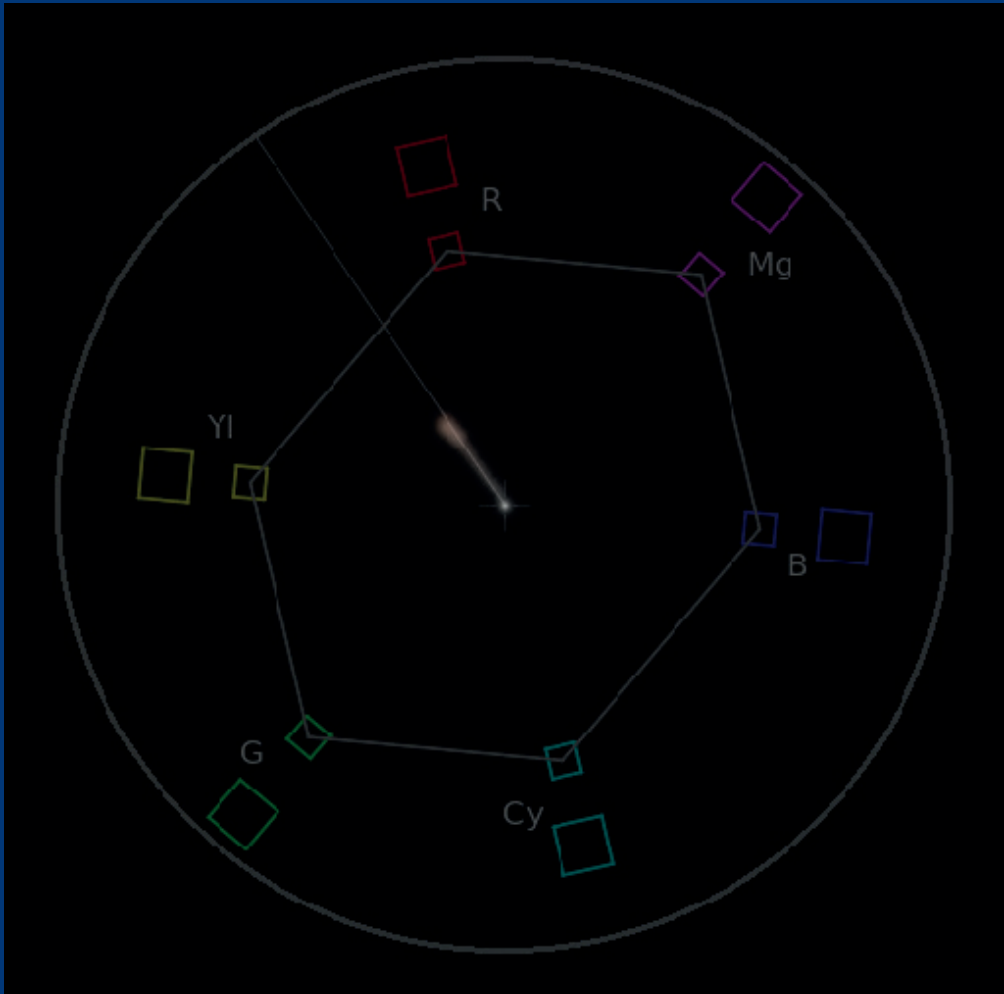


zu warm



Hauttöne

Die Hauttöne der Personen sollen ebenso natürlich und möglichst ohne Farbveränderungen dargestellt werden. Dabei ist auf die Skintone-Line zu achten.



Skintone Line
im Vektorscope

Farbakzente

Das Erscheinungsbild wird im wesentlichen durch das typische Mainova Blau geprägt. Diese Farbe soll sowohl während der Produktion, als auch im Color Grading dezent hervorgehoben werden, um die Marke in den Videos bestmöglich zu repräsentieren.



leichtes Blau
in den Lichtern

3

Videostruktur

Intro

Das Intro der Videos variiert je nach Content und Art der Information, welche im Filmbeitrag vermittelt werden.

Videos mit erhöhtem Anteil an Fachinformationen werden durch einen Vorspann eingeleitet. Darauf kann die Mainova Logoanimation folgen.

Hauptinhalt

Während des Hauptteils können die verschiedenen Videoelemente eingesetzt werden, um Inhalte bestmöglich zu kommunizieren, zu ergänzen oder zu verstärken.

Outro

Das Outro besteht aus der Mainova “Logoanimation”. Dieses Element soll am Ende eines jeden Beitrags zum Einsatz kommen.

Vorspann

Dieser zeigt den/die wichtigsten Inhalt/e bzw. Titel des Videos und erzeugt so Spannung und Neugier beim Zuschauer.



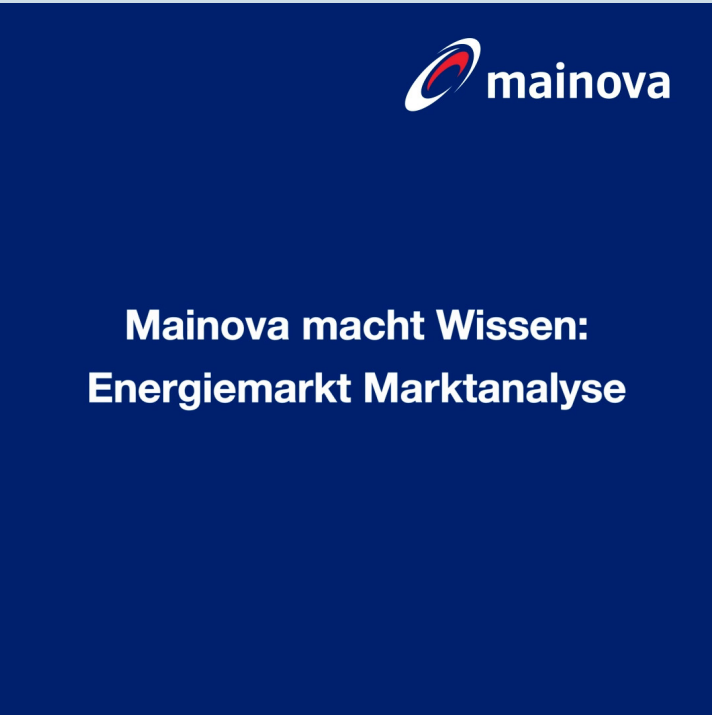
Hauptinhalt



Abspann

Ein Abspann kann, sofern notwendig, genutzt werden, um beteiligte Personen oder Unternehmen aus dem Video hervorzuheben. Zum Beispiel Sponsoren oder Testimonials.

Intro



Titeleinblendung

Diese dient der Einleitung in das Videothema bzw. Videoformat. Auf den Social Media Kanälen kann diese alleinstehend als Intro genutzt werden.

Outro



4

Videoelemente

Die einzelnen Elemente sind
hier zu finden:

www.mainova.de//corporate-design
Passwort: MaiNova_CD_2019!

Mainova Logo

Das animierte Mainova Logo ist Teil jedes Videos. Durch den dynamischen Aufbau des Wirbels wird Energie und Bewegung ausgedrückt. Dieses wird im Rahmen des Outros auf allen Kanälen und in allen Formaten verwendet.

Wird das Video lediglich auf den Social Media Kanälen der Mainova AG veröffentlicht, ist von einer dauerhaften Kennzeichnung mit dem Mainova Logo abzusehen. So wird ein Overbranding vermieden. Für Anwendungsfälle wie z.B. Außenwerbung bietet es sich an, das Video dauerhaft mit dem Mainova Logo zu kennzeichnen. Diese besteht aus dem weiß-roten Mainova Logo in der Blue Box.



16:9

- Die Logoanimation besteht aus den folgenden Bestandteilen:
- 1. Dynamischer Aufbau des Wirbels
 - 2. Enthüllung der Wortmarke durch den Wirbel



1:1



9:16



dauerhafte Logokennzeichnung

Titeleinblendung

Durch die Titeleinblendung wird in erster Linie das Format bzw. das Thema kenntlich gemacht. Gleichmaßen kann diese auch als Gliederungselemente innerhalb eines Videos genutzt werden, um z.B. Interviewfragen oder Themenpunkte hervorzuheben. Diese wird durch einen Swoosh ein- und ausgeleitet, dessen Geschwindigkeit nicht verändert werden sollte.

Bauchbinde

Die Bauchbinde ist ein wiederkehrendes Design Element in den Videos. Sie besteht aus einer Blue Box und dem entsprechenden Inhalt darin, um so die Markenkennung plattformübergreifend zu gewährleisten. Durch die Bauchbinde werden wichtige Informationen für den Zuschauer hervorgehoben, welche komplex oder nicht direkt durch das Video ersichtlich sind. Inhalte sind beispielsweise Personenbeschreibungen oder Begriffserklärungen.



100% Deckkraft



90% Deckkraft mit Video im Hintergrund



Bauchbinde 1 (Personen)



Bauchbinde 2 (Informationen)

Hinweis: Die Schriftgrößen innerhalb der Blue Box kann je nach Einsatzzweck des Videos angepasst werden, sodass stets eine ausreichende Lesbarkeit gegeben ist. Dabei ist auf das Einhalten der Seitenabstände zu achten.



Texteinblendung

Mit Hilfe von Texteinblendungen werden Werbebotschaften kommuniziert. Dies erfolgt durch kurze, aussagekräftige Botschaften innerhalb einer Blue Box, die durch eine schlichte Pop-Up-Animation erscheint.

Störer

Störer werden hauptsächlich im Abspann oder während des “Call to Action” am Ende des Videos eingesetzt. Sie werden durch eine schlichte Pop-Up-Animation eingeblendet.

Untertitel

Untertitel sollten möglichst in deutscher Sprache zusammen mit dem Video erstellt werden, um eine konsistente Barrierefreiheit innerhalb der Videos zu gewährleisten. Positioniert wird dieser innerhalb der unteren und seitlichen Grenzen des “sicheren Titelbereichs” im Video.



Texteinblendung

Störer



Untertiteleigenschaften

- Textfarbe: #ffffff
- Hintergrund: Mainova Blau #002c77 (40%)
- Schriftart: Helvetica Neue Pro LT 55 Roman
- Größe: 32px (1920x1080p)

5

Erklärfilme

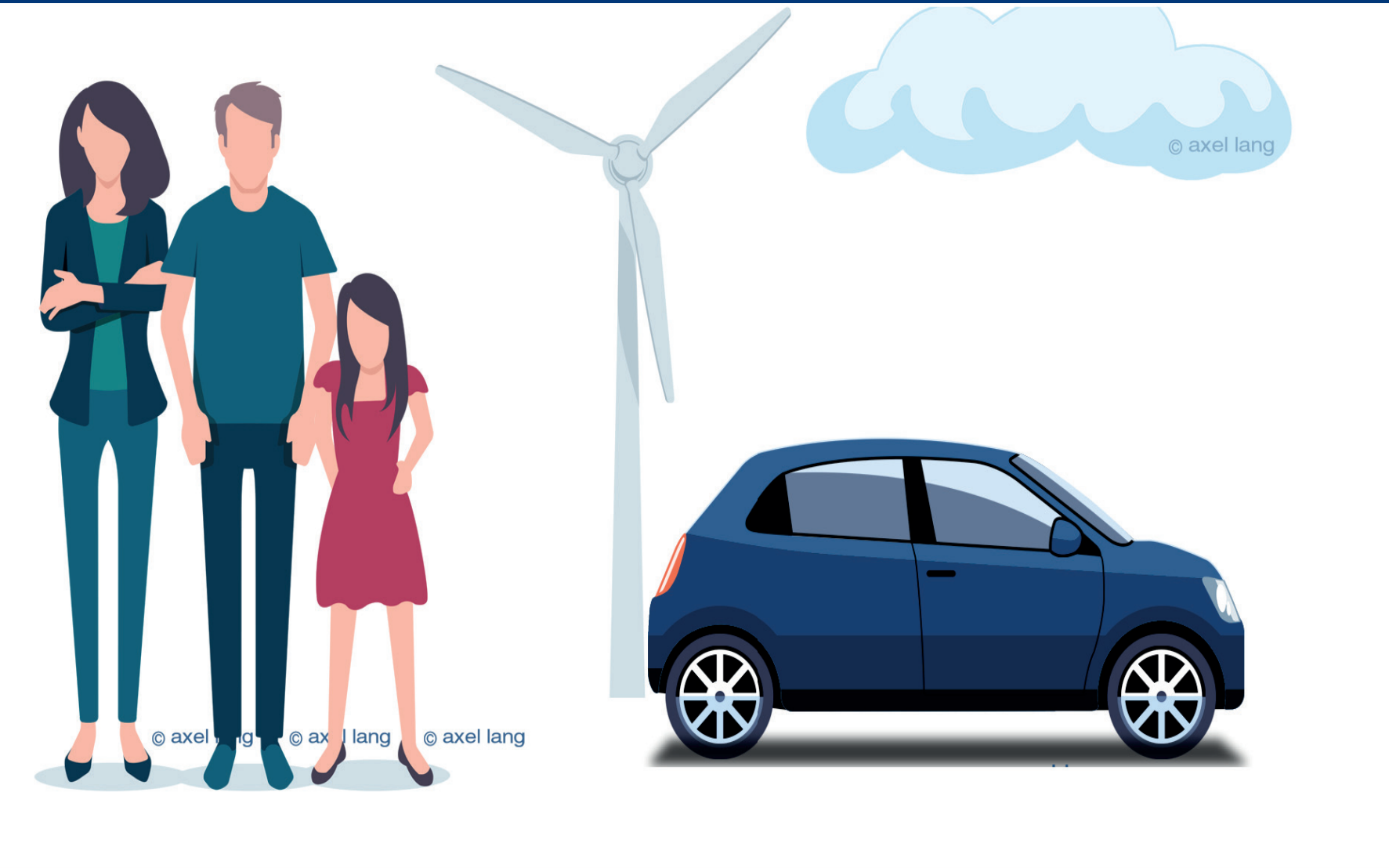
Animationsstil

Je nach Einsatzbereich des Animations-
videos kann zwischen folgenden Stilen
gewählt werden:

Empfohlen ist immer der Flat-Design Stil
mit erhöhter Animationsdynamik. So soll
insbesondere darauf geachtet werden,
dass auch Details, wie z.B. die Bewegung
der Wolken oder der Bäume im Hinter-
grund, nicht verloren gehen. Durch die
Dynamik der Animationen werden die
Bestandteile “Bewegung & Energie” der
Markenkommunikation der Brand Mainova
unterstützt.
Bei der Planung und Umsetzung eines
Animationsvideos sind jedoch immer die
grundlegenden Vorgaben und Farben der
im Video genutzten Illustrationen zu be-
achten (siehe Mainova Brand Manual).

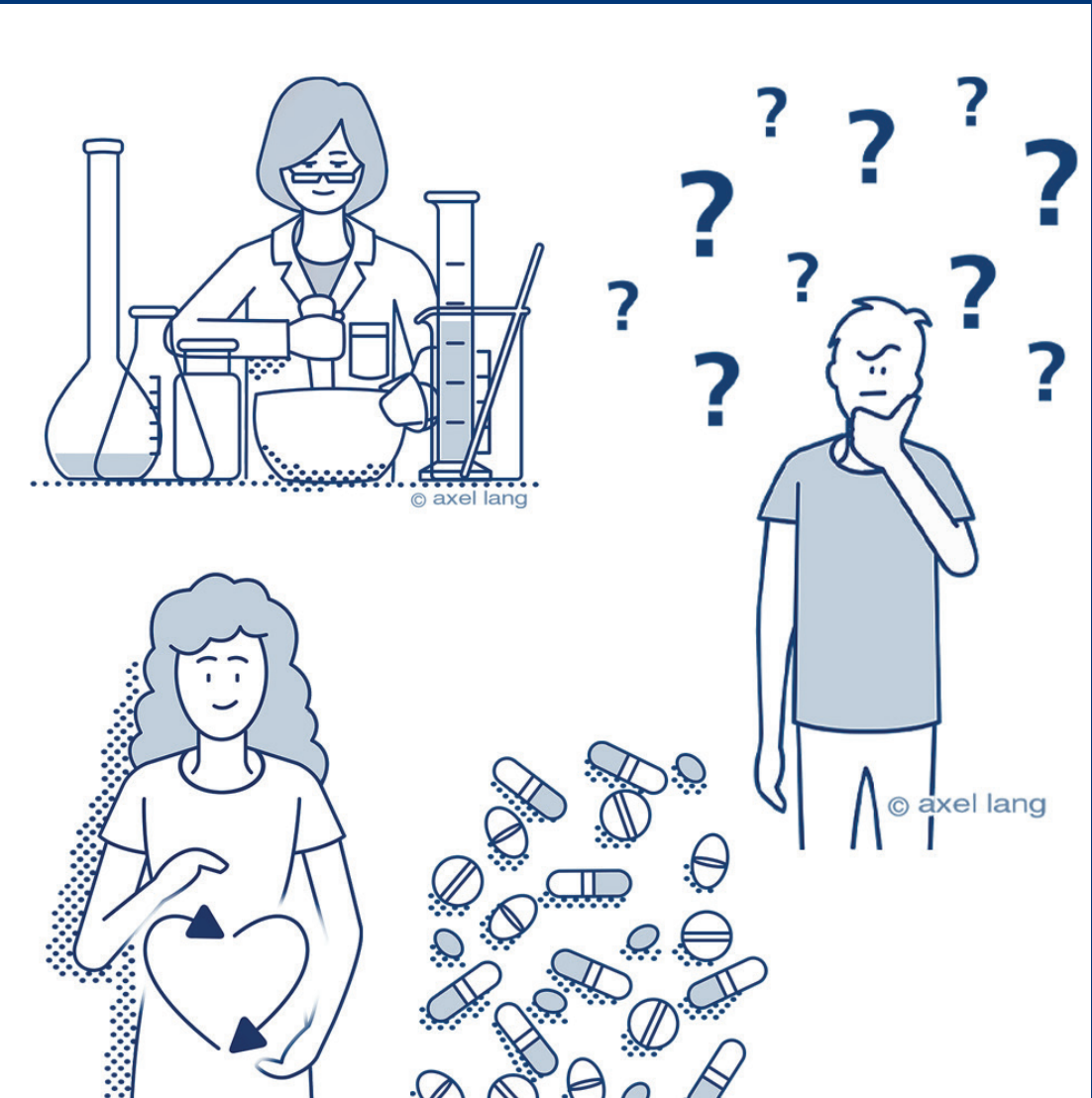
Weitere Illustrationen sind den CD Vorga-
ben zu entnehmen.
(www.mainova.de//corporate-design)

Flat Design Stil



dynamische & modern

Whiteboard Stil



einfach & informationslastig

6

Bereitstellung der Videoinhalte

Bereitstellung

Filme oder Videos sollten unter Berücksichtigung folgender Punkte bereitgestellt werden, um einen möglichst breiten Einsatzbereich abdecken zu können. (Je nach Ziel und Einsatzbereich des Videos kann hierbei variiert bzw. konkretisiert werden)

Grundsätzlich gilt:

Online Video

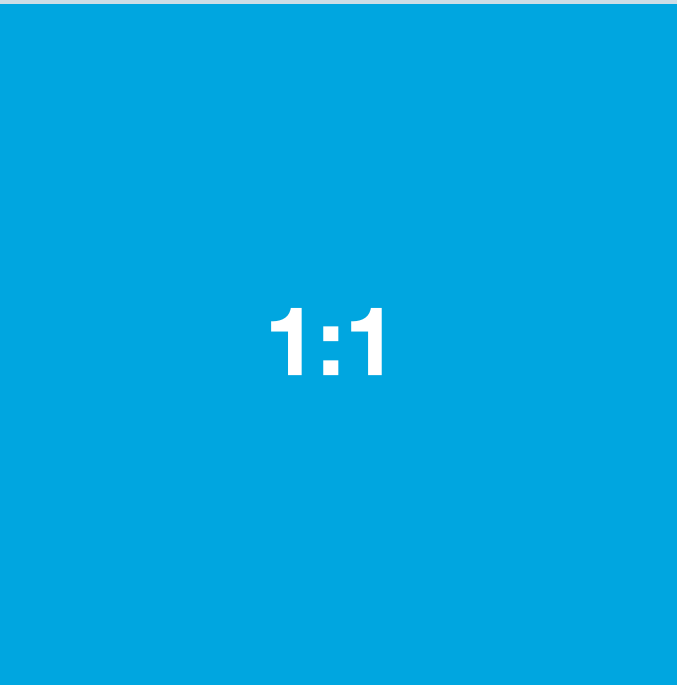
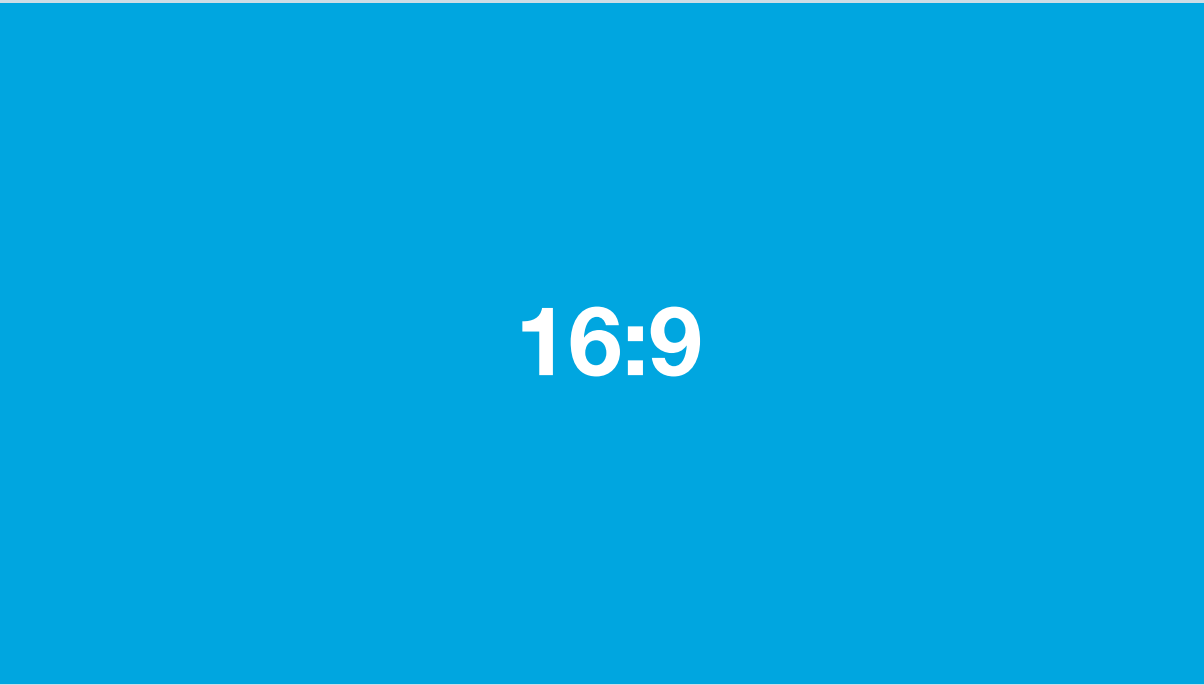
Videoexport in H264 VBR -
1920x1080p (FullHD) mit einer Bitrate von 15 Mbs
3640x2160p (4K) mit einer Bitrate 30 Mbs

Standbilder (Stills)

Es wird empfohlen, Schlüsselbilder des Videos, welche den Kerninhalt beschreiben, zudem als Standbilder (Stills) in höchstmöglicher Qualität zu exportieren, um diese später z.B. als Thumbnails o.Ä. nutzen zu können.

Plattformübergreifende Nutzung

Alle Videoinhalte sollten, sofern nicht anders besprochen, in den verschiedenen Formaten bereitgestellt werden:





Mainova AG
Konzernkommunikation
und Public Affairs M1-K
Solmsstraße 38
60486 Frankfurt