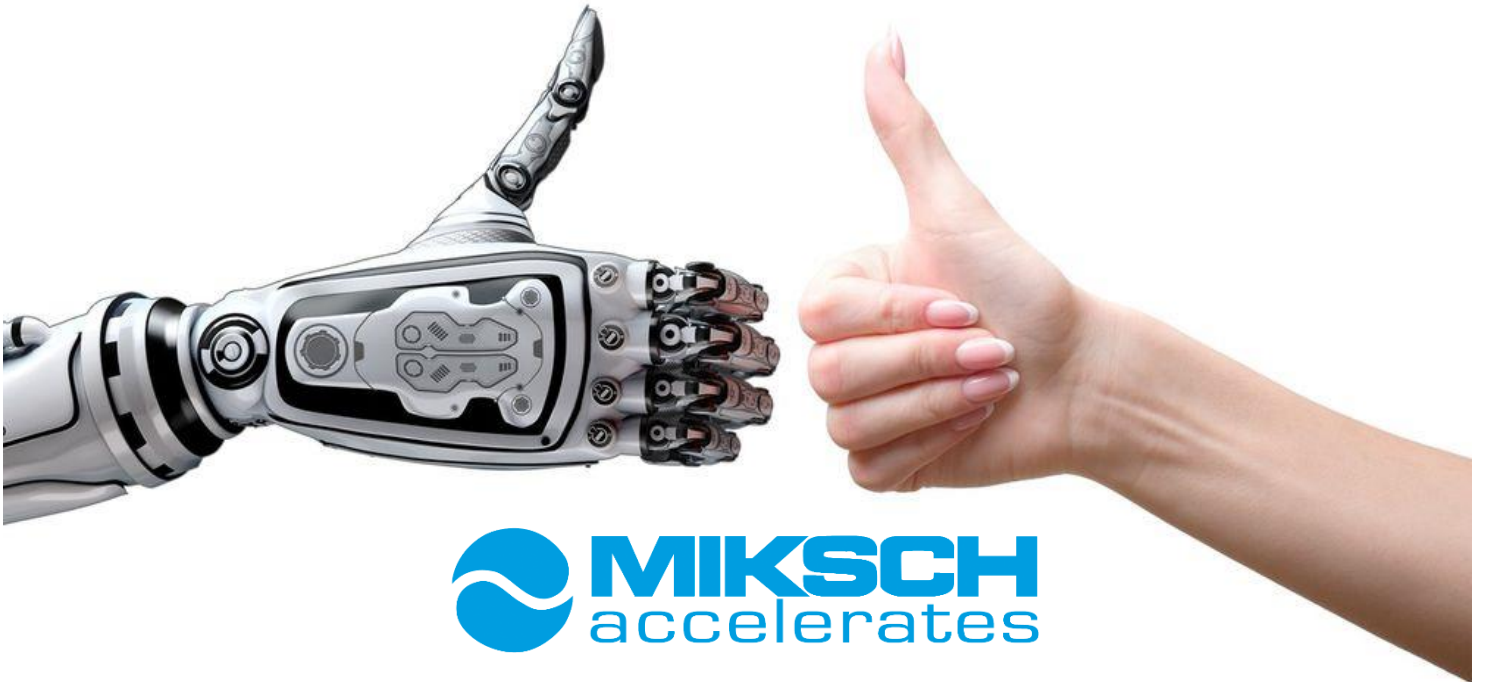


Projektarbeit / Best-Practice-Fall



Bedienungsanleitungen im Wandel
des digitalen Zeitalters

Konzept zur Erstellung eines Videos
am Beispiel der Produktneuheit
„Absteckvorrichtung“ der MIKSCH GmbH

erstellt von:
Dipl. Ing. (FH) Armin Maier

im Rahmen des F4DIA-Projektes
vom 11.Juni 2018 bis 10.Juli 2018



Inhaltsverzeichnis

1.	Einleitung	3
2.	Ziel der Projektarbeit.....	4
3.	Ausgangssituation	5
3.1	VERÄNDERTE MEDIENLANDSCHAFT.....	5
3.2	NUTZEN VON VIDEOS	5
3.2.1	GENERATION GOLDFISCH - DER VERFALL UNSERER AUFMERKSAMKEIT	5
3.2.2	IST-SITUATION	6
3.2.3	VOR- UND NACHTEILE	7
3.3	STRATEGISCHE ÜBERLEGUNGEN.....	8
4.	Planung	10
4.1	PLANUNGSPHASEN.....	10
4.2	MINDMAP	10
4.2.1	MEHRDIMENSIONALITÄT.....	10
4.2.2	ROLLEN	11
4.2.3	STORYBOARD	11
4.2.4	TRAINER.....	11
4.2.5	VERLINKUNG.....	11
4.3	DER ROTE FADEN.....	12
4.4	SOFTWARE.....	13
5.	Umsetzung	14
5.1	ENTWICKLUNG DES KONZEPTS	14
5.2	DIGITALE MEDIEN UND PRINTMEDIEN MITEINANDER VERBINDEN.....	14
5.3	ANWENDUNG ANHAND DER ABSTECKVORRICHTUNG.....	15
5.4	EVALUIERUNG	15
6.	Zusammenfassung / Fazit	16

1. Einleitung

Sehr viele Servicemonteur und Maschineneinrichter arbeiten in der Maschinenbaubranche nach wie vor ohne zusätzliche Hilfsmittel zur Ausrichtung ihrer Maschinenkomponenten – nicht weil der nötige Wille fehlt, sondern das Wissen über die Verfügbarkeit und die korrekte Anwendung.

Gerade im Bereich der Ausrichtung von Maschinenkomponenten werden diese nach wie vor händisch sowie nach „Gefühl und Augenmaß“ zeitaufwendig zueinander ausgerichtet. Die Praxis hat bewiesen, dass dies jedoch oft nur oberflächlich ausreicht, um mit den Maschinen wie vorgesehen effizient arbeiten zu können – erhöhter Verschleiß und frühzeitige Störungen sind die Folge.

Die MIKSCH GmbH hat hierzu unterschiedliche Varianten von sogenannten „Absteckvorrichtungen“ entwickelt und patentieren lassen. Diese unterstützen den Anwender bei der axialen und konzentrischen Ausrichtung zweier interagierender Maschinenkomponenten.

Der Gebrauch dieser Produkte ist in der Branche jedoch noch nicht weit verbreitet, obwohl die Vorteile und der Nutzen dieser Tools nachweislich auf der Hand liegen.

Im Zeitalter der Digitalisierung ist es unerlässlich, dass sich Firmen aller modernen Medien bedienen, um ihre Produkte dem Anwender noch „attraktiver“ zu machen.

Wer nimmt sich – und hat – heutzutage die Zeit und liest vor der Anwendung bzw. Inbetriebnahme

eines „scheinbar“ einfachen Tools die Bedienungsanleitung durch? Meistens erst dann, wenn man nicht mehr weiter kommt sowie das notwendige Ziel nicht erreicht.

Die herkömmlichen Printmedien sollen somit durch ansprechend gestaltete Videos ergänzt werden, welche durch die Digitalisierung eine viel weitreichendere Streubreite – dank Internet und Smartphone – bekommen. Diese sind jederzeit und nahezu überall auf der Welt abrufbar.

Aus diesem Grund wird im Folgenden ein Konzept zur digitalen Darstellung von Videos ausgearbeitet. Als Pilotvideo dient die Bedienung dieser Absteckvorrichtung der MIKSCH GmbH, um modern und zukunftsweisend die Zielgruppe zu erreichen – jedoch auch immer unter dem Aspekt einer Steigerung der Arbeitseffizienz in der modernen Maschinenbaubranche.



Ziel der Projektarbeit

Dieses Projekt hat sich grundsätzlich mehrere Ziele gesetzt, um digitale Medien mit den bereits vorhandenen Printmedien sinnvoll miteinander zu verbinden.

Die unmittelbare und direkt abgehandelte Priorität dieser Projektarbeit ist dabei die theoretische Ausarbeitung einer visuellen Strategie zur allgemeinen Erstellung von Videos. Hierbei soll aufgezeigt werden, welche Möglichkeiten diese dem Anwender bieten.

Als weiterführende Zielsetzung des Projekts – aber außerhalb dieser F4DIA-Projektarbeit – wird die Entwicklung eines Videos als digitale Bedienungsanleitung des Produkts „Absteckvorrichtung“ angesetzt. Eine Bedienungsanleitung für die neuartigen Tools der MIKSCH GmbH als Video sowie des Erzielens des sogenannten „AHA-Effekts“ für die Zielgruppe Servicemonteur/Maschineneinrichter.

Auf lange Sicht gesehen, ist die Steigerung der Umsatzzahlen durch Aufzeigen der einfachen und effizienten Handhabung dieser Produkte mittels einer modernen, digitalen und visuellen Präsentation ein weiteres Ziel dieser Arbeit.

2. Ausgangssituation

2.1 Veränderte Medienlandschaft

Im Laufe der Zeit – schon bevor das Internet für jedermann zugänglich geworden ist – veränderte sich die Medienlandschaft stetig. Während vor vielen Jahren Prospekte und Flyer die einzige Hauptinformationsquellen vieler Firmen waren, wurden diese in den letzten Jahren immer mehr von digitalen Medien zur Seite gedrängt. Aufgrund der Möglichkeit, innerhalb weniger Sekunden große Massen an Informationen zu bekommen, hat sich die Beschaffung von Informationen deutlich vereinfacht. Das Internet in der heutigen Zeit ist für viele Nutzer das Nonplusultra in Sachen Informationsbeschaffung und der Kommunikationskanal Nummer eins.

2.2 Nutzen von Videos

Videos eignen sich hervorragend, um beratungsintensive Produkte zu beschreiben und um Schritt-für-Schritt Anweisungen und Abläufe abzubilden. Sie animieren zum Mitmachen und bieten ideale Ergänzungen zu herkömmlichen Texten.

Durch Videos werden mehrere Sinne des Menschen angesprochen. Diese Verstärkung besagt, dass das menschliche Gehirn eine visuelle Botschaft schneller (60.000 mal) und um ein Vielfaches intensiver verarbeitet als reine Textinformationen.

Diese Videos sollen Emotionen vermitteln und durch sympathische Charaktere kann sich der Interessent genau in die Situation des Hauptakteurs hineinversetzen, da er dasselbe Problem hat.

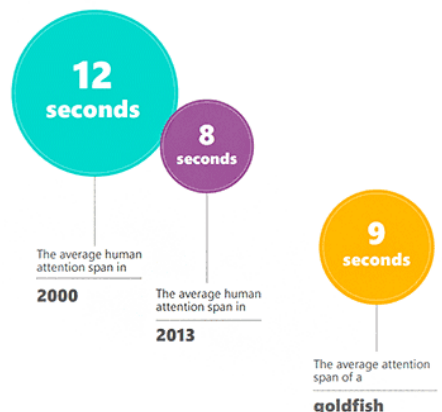
Ein Video bietet auch eine geniale Einladung zum Austausch und zur Diskussion. Es darf somit auch ein wenig provokant sein und die Interessenten unterhalten.

2.2.1 Generation Goldfisch - der Verfall unserer Aufmerksamkeit¹

Um Informationen bewusst wahrnehmen und verarbeiten zu können, ist die Aufmerksamkeit unerlässlich.

Microsoft hat eine Studie veröffentlicht, welche besagt, dass die Aufmerksamkeitsspanne eines Menschen im Jahr 2000 bei 12 Sekunden lag und im Jahr 2013 bei ca. 8 Sekunden. Die Aufmerksamkeitsspanne eines Goldfisches hingegen

We know human attention is dwindling



¹ Inhalte dieses Kapitels wie auch Bild aus <https://www.videoboost.de/content/aufmerksamkeitsspanne-infografik> und <https://onlinemarketing.de/news/aufmerksamkeit-goldfisch-mythos> entnommen

liegt bei 9 Sekunden.

Schuld daran sind die vielen verschiedenen Reize und Einflüsse, denen wir täglich ausgesetzt sind. Beispielhaft überfluten uns über 10.000 Werbebotschaften Tag für Tag. Somit haben wir gelernt, Vieles zu ignorieren und sind gegen einen Großteil der Werbung abgestumpft. Smartphones, Tablets usw. lenken uns zusätzlich ab. Wir schauen über 250mal am Tag auf diese Geräte und über die Hälfte der Menschheit greift zu diesen Geräten, wenn es gerade nichts Besseres zu tun gibt.

Dies sind umgerechnet pro Tag – ohne Schlaf – alle 5,76 Minuten!

Diese kleinen Ablenkungen haben eine große Wirkung auf uns. Ein Mensch braucht durchschnittlich 10-15 Minuten, bis er sich danach wieder konzentrieren kann.

Resultat: Wir finden immer weniger Zeit, um uns zu konzentrieren!

Unsere Aufmerksamkeit macht sich vor allem im Internet bemerkbar. Wir haben schneller eine Seite weggeklickt als wir blinzeln können, jedoch erhöht sich die Sitzungsdauer bei Sichtung eines Videos im Schnitt um zwei Minuten.

2.2.2 IST-Situation

Um generell eine wirkungsvolle Strategie zur Entwicklung eines Erklärvideos zu erstellen, ist es wichtig zu verstehen, mit welchen allgemeinen Voraussetzungen wir es in der Maschinenbaubranche zu tun haben.

2.2.2.1 Ausgangssituation der MIKSCH GmbH

Wie bereits im Eingangstext vorgestellt, stehen bei der MIKSCH GmbH aktuell nur Flyer und Bedienungsanleitungen in Papier- oder PDF-Form zur Verfügung, jedoch noch keine Erklärvideos oder ein anderes interaktives Medium als Bedienungsanleitung für die patentierten Absteckvorrichtungen. Daher gibt es auch noch keine Erfahrungswerte in diesem Bereich. Ebenfalls fehlen im Unternehmen momentan noch eigens dafür geschulte Mitarbeiter, die nicht von heute auf morgen zu professionellen Imagefilmern werden und es somit auch hier einer Lernkurve bedarf.

Die Erstellung von Videos bedeutet zusätzlich einen vertieften Lernprozess. Sprich: selbstgesteuertes, kreatives Lernen und Gelerntes wiederum ansprechend vermitteln.

2.2.2.2 Beispiel Servicemonteur beim Endkunden

- Teils mangelhaft qualifiziertes Personal
 - Ungenügende Sprachkenntnisse
 - Niedriger Bildungsstand (lesen/schreiben)
 - Mangelhafte Berufsausbildung
 - Häufiger Personalwechsel
- Abnehmende Aufmerksamkeit (Generation „Goldfisch“, siehe Kapitel 2.2.1)



2.2.2.3 Maschinendokumentationen

- Vielzahl an Aktenordnern mit Anleitungen

- Seitenweise und lange Wartungsbeschreibungen

2.2.2.4 Auswirkungen

Zusammenfassend kann man sagen, dass es aufgrund von schlecht qualifiziertem Personal oft zu einer Überforderung desselben kommt, wenn es darum geht, Maschinen korrekt und weisungsgebunden zu bedienen. Dies hat zur Folge, dass es wenig bis keine Wartungsplanung gibt und somit oft schlechte bis nicht ausgeführte Wartungsarbeiten. Ungeplante Maschinenausfälle, verfallenen Garantieleistungen, unsachgemäße Bedienung und kostspielige Serviceeinsätze sind die Konsequenzen.

Aus diesem Grunde wird die Firma MIKSCH Videos einführen, um den gerade genannten Situationen bei den Endkunden entgegenzuwirken und die eigenen Dienstleistungen zu erhöhen.

2.2.3 Vor- und Nachteile

2.2.3.1 Vorteile

- Soft Skills
 - Bevorzugung von Videos anstatt Texten (Generation „Goldfisch“, siehe Kapitel 2.2.1)
 - Direkte Involvierung der Zielgruppe
 - Eignung für wiederkehrende Erklärungen und Ereignisse, durch Effektivität von auditiven und visuellen Kanälen
 - Schnellere und einfachere Wahrnehmung
 - Überzeugung mit Sympathie, Transparenz und Vertrauen, die zu einer langfristigen Bindung führen
 - Einfache Gestaltung der Story – intuitiv und verständlich
 - Keine Belehrung oder Bevormundung des Interessenten
 - Problemdarstellung und Lösungsfindung → Zuschauer wird mitgenommen und es entsteht eine „gemeinsame“ Problemlösung
 - Einsatz bei wenig Vorwissen oder Zeitmangel möglich
 - Erläuterung komplexer Dinge
 - Erwecken von Aufmerksamkeit und Fesselung des Zuschauers (Interessewecker, Problemlöser, Vorteile und Handlungsaufforderung)
 - Optimale Möglichkeit zur schnellen Informationsübermittlung
- Hard Skills
 - TV-Werbespots unbezahlbar für kleinere Unternehmen
 - Gezielte Erreichbarkeit (Platzierung und Steuerung) über das Internet zu Zielgruppen
 - Einfachere Verteilung und Verbreitung als Printprodukte
 - Stärkere Wertung von Videos in Suchmaschinen
 - Papierloses Büro

- Conversion Rate
 - Steigerung der Kaufbereitschaft (52%, im E-Commerce 81%²) durch schnelle Informationsübermittlung – längere Verweildauer auf Webseite um zwei Minuten
 - Fokussierung auf das Wesentliche in kurzer Zeit
 - Höhere Verbreitung von Videos als von Texten (um ca. 40%).
 - Erhöhte Reaktion auf das Wort „Video“ in einer Marketing-Email (um 10%)
 - Audiovisuelle Inhalte bleiben längerfristig im Gedächtnis haften

2.2.3.2 Nachteile

- Schädigung des Images durch unprofessionelle und unseriöse Videos
- Längere Produktion eines Videos
 - Eignung für langfristige Zwecke
 - Abzielen auf Kundenfragen

2.2.3.3 Fazit

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass die Vorteile klar überwiegen und dass Unternehmen auf den „Zug der Zeit“ aufspringen müssen, um sich diese Vorteile zu Nutzen zu machen.

2.3 Strategische Überlegungen

Videos als Werbemittel sowie Erklärvideos zur Wissensvermittlung sind das Mittel zum Zweck, damit die Zielgruppe bzw. der Kunde mit Freude und Motivation angesprochen wird. Ebenso sollen Unternehmen Erfolge und einen Nutzen für sich erkennen.

Bei Videos kommt es auf das Gesamte an – zum Beispiel müssen Stimme (Lage, Aussprache etc.) und Musik zum Produkt oder Dienstleistung passen, da dies sonst sehr schnell zur Ablehnung führen kann.

Ein Video muss den Interessenten genau an seinem Wissenstand abholen und ihn auf spannende Art und Weise begleiten.

Die Dramaturgie und die „Geschichte“ müssen zielgenau zum Thema passen.

Nachfolgend eine Übersicht und Checkliste, welche Merkmale innerhalb des Unternehmens zu entscheiden sind:

- Videoinhalt
 - Um was geht es?
 - Für welche Produkte?
 - Welche Botschaft soll vermittelt werden?
- Was sind die Alleinstellungsmerkmale (USPs)?
- Für welche Tätigkeiten und welche Zielgruppe?
- Anwendungsfelder wie z.B.

² Quelle: www.clipmarker.de

- Marketing und Image
- Montageanleitungen
- Wartungsanleitungen
- Produktschulungen
- Mitarbeiterschulungen/-einweisungen (intern/extern)
- Kosten/Nutzen?
- Welcher Stil von Videos?³
 - Trickfilm, Illustrationen, Vektorgrafiken, Stilmix, Legetechnik, Papercut, 2/3D-Animation, Whiteboard, Kinetik Typographie, STOP MOTION, REAL-Dreh
- Geschichte mit „Maskottchen/Avatar“?
- Mit Ton und Sprecher?
 - In welchen Sprachen?
 - Passendes Genre dem Klientel entsprechend
 - Passender Klangteppich
- Einhaltung Corporate Identity notwendig?
- Make or Buy?
 - Ausrüstung/Software vorhanden?
 - Ausgebildetes Personal?
- Nicht „schwafeln“
 - Kurz und prägnant
 - Kerninformationen vermitteln

³ Detaillierte Informationen mit Charakteren, Vor- und Nachteile siehe z.B. im Anhang im Dokument „Eine Frage des Stils“, textzeichnerin; Landau in der Pfalz; [www. Textzeichnerin.com](http://www.Textzeichnerin.com)

3. Planung

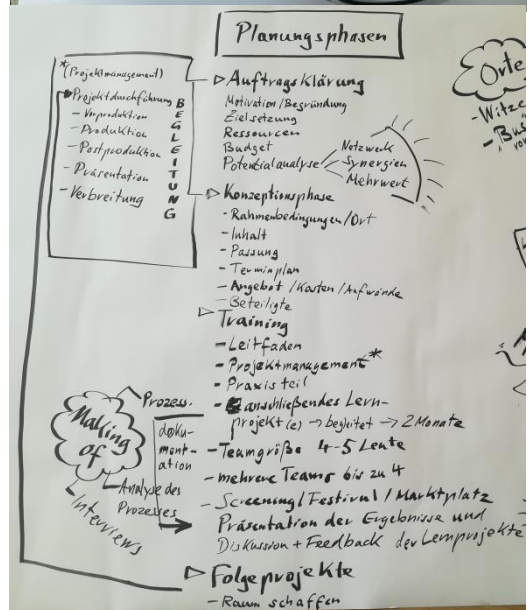
Für die Projektplanung zur Erstellung der Videos wird die im F4DIA-Projekt Modul 2 „Change Management“ erarbeitete Architektur zu Grunde gelegt.

Parallel wird das im Hause MIKSCH seit Jahren etablierte Projektmanagement für die Planung eingesetzt, welches einem Projektkriterienkatalog (strategische Bedeutung, technisches und finanzielles Risiko, Deckungsbeitrag etc.), regelmäßigen Reviews über Projektfortschritt, Kosten-/Nutzenabgleich, Zeitplan mit Meilensteinen usw. zugrunde liegt.



3.1 Planungsphasen

Ein solches Projekt muss zwingend in einzelne Phasen strukturiert werden, welche in Kooperation mit Johannes Guisard (Firma Stahl) und Valentin Hennig (Staatsgalerie Stuttgart) als allgemeingültiges Konzept ausgearbeitet wurde. Dies dient als Checkliste für Planung und Umsetzung des Pilotvideos der MIKSCH-Absteckvorrichtung.



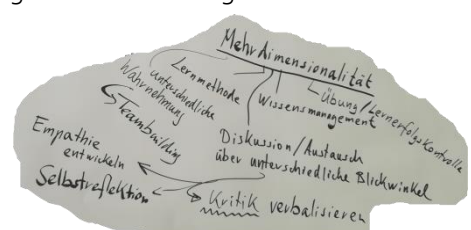
3.2 Mindmap

Nachfolgend werden einige Punkte aus der allgemeingültigen, ausgearbeiteten Mindmap erläutert (gesamte Mindmap im Anhang).

3.2.1 Mehrdimensionalität

Die Vielseitigkeit der Anwendungsmöglichkeiten eines Videos wie z.B. als Lernmethode, Übung, Wissensmanagement, Arbeitsanleitungen, Übungen mit Lernerfolgskontrolle etc. sind zu betrachten und eine Entscheidung zu treffen.

In einer Findungsphase werden im Team alle Möglichkeiten der Strategie, Nutzen und Ziel des Videos durchleuchtet und definiert.



3.2.2 Rollen

Abhängig von der gewählten Art des Videos werden verschiedene Rollen (Produzent, Regisseur, Tontechniker etc.) in unterschiedlicher Intensität benötigt. Bei einem „Trickfilm“ wird etwa anstatt einer Kamera eine Software inklusive Bediener benötigt.

Wichtig ist jedoch, dass diese Rollen alle zum aktuellen Projekt und deren Anforderungen bewertet und entsprechend besetzt werden. Für die erfolgreiche Umsetzung ist eine fachlich heterogene Gruppe von Vorteil.



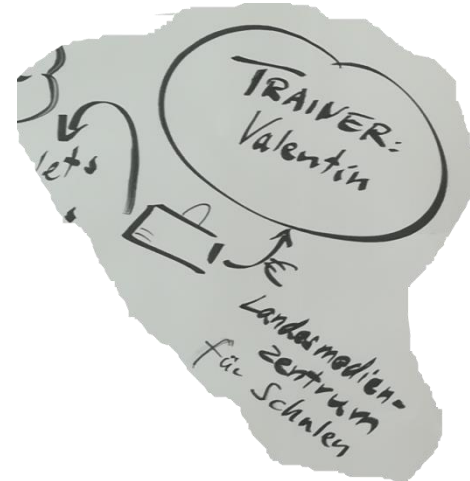
3.2.3 Storyboard

Je nach Thema ist der Inhalt des Videos eventuell schon vorgegeben. Im Fall der Absteckvorrichtung der Firma MIKSCH GmbH ist der technische Inhalt und die Schritt-für-Schritt Vorgehensweise bereits in den Montageanleitungen existent, es fehlen noch die Geschichte und die Hauptperson.

3.2.4 Trainer

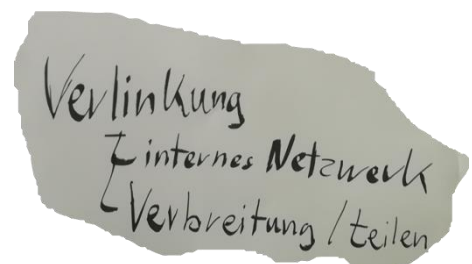
Um ein Video überhaupt drehen zu können, wird ein Lehrer bzw. ein Trainer benötigt, um das notwendige Know-How zu vermitteln.

Ein ausgearbeitetes Trainingskonzept „Visual Storytelling – kreatives & innovatives Lernen“ von Valentin Hennig befindet sich im Anhang.



3.2.5 Verlinkung

Diese Verlinkung ist ein Teil eines neuen Netzwerkes. Dieses Potential sollte bei neuen Projekten genutzt werden und bietet die Möglichkeit nach Fertigstellung sowohl nach innen (firmenintern) als auch nach außen (für Kunden) zugänglich zu machen, um Feedback zu bekommen oder auf eigene Kompetenzen und Ideen hinzuweisen.



3.3 Der rote Faden

Ziel ist es, ein nicht selbsterklärendes Produkt – in unserem Pilotprojekt die MIKSCH-Absteckvorrichtung – der jeweiligen Zielgruppe leicht und anschaulich zu verdeutlichen.

Nüchterne Fakten in eine interessante Geschichte verpackt, fesseln den Betrachter und bringen ihm die zu erlernenden Inhalte wirkungsvoll und mit Emotionen nahe. Der Interessent soll sich das Wissen visuell und ohne große Anstrengung aneignen.

Eine durchdachte Struktur in ca. 90 Sekunden ist notwendig. Diese wären:

- a) Das Intro
 - i.) Ca. 5 Sekunden lang
 - ii.) Die Weichen stellen zum Weiterschauen
 - iii.) Vorstellung des Produktes, neugierig machen
- b) Die Hauptfigur
 - i.) Einführung einer fiktiven Hauptfigur (=Avatar) und leichte Identifizierung mit dieser und deren „Problem“
 - ii.) Vorstellung im Intro und Begleitung durch das gesamte Video
- c) Das Storytelling
 - i.) Motivationsfindung zum Weiterschauen
 - ii.) Findung einfacher Begriffe für komplizierte Sachverhalte
- d) Das Problem
 - i.) Realitätsnahe Problemdarstellung
 - ii.) Aufbau eines Spannungsbogens zur Lösungsfindung
- e) Die Lösung
 - i.) Aufzeigen des Problems
 - ii.) Einbringen des Firmenlogos und des Unternehmens als Lösungsbringer
 - iii.) Marketingtechnische Nutzenargumente aufführen
- f) Call-to-Action
 - i.) Handlungsaufforderung für offene Fragen einbinden und Einladung zur Kontaktaufnahme – Logo und URL zum Unternehmen

Dank eines Videos können verschiedene Themen greifbar, flüssig und vor allem sinnbehaftet an den Interessenten gebracht werden. Unabhängig davon, wie tief das Wissen zu diesem Thema ist.

Da der Interessent zusammen mit der Hauptfigur bereits Probleme und Lösungen durchlaufen hat, ist dieser umso empfänglicher mehr über diese Möglichkeiten zu erfahren – und das auf eine unaufdringliche Art und Weise.

3.4 Software

Um ein Video professionell erstellen zu können, ist eine geeignete Software notwendig. Im Folgenden eine Auswahl von Möglichkeiten, natürlich abhängig von dem gewählten Stil des Videos.

Anbieter	<u>Link</u>
Adobe After Effects	https://www.adobe.com/de/products/aftereffects.html
Clipvilla	http://www.clipvilla.com/de/
Dualfilm GmbH	http://www.dualfilm.de/grafik-animation.html
e-teaching	https://www.e-teaching.org/
Final Cut Pro X	https://en.wikipedia.org/wiki/Final_Cut_Pro_X
Goanimate	https://goanimate.com/
My Simpleshow	https://www.mysimpleshow.com/de/
Powtoon	https://www.heise.de/download/product/powtoon-90148
Rawshorts	https://www.rawshorts.com/
Tutopia	http://tutopia.de/tuts/erklavideo-kostenlos-erstellen
Videoscribe	https://www.videoscribe.co/en/
Vyond	https://www.vyond.com/
Wideo	https://wideo.co/

4. Umsetzung

4.1 Entwicklung des Konzepts

Ein wichtiger Aspekt zur Entwicklung eines Videos ist, ein allgemeingültiges Konzept vorliegen zu haben, auf dem individuell aufgebaut werden kann. Dies dient als Checkliste und Leitfaden für alles Weitere. Die Einzelheiten hierfür wurden bereits aufgeführt und werden hier nicht mehr erwähnt.

Gerade innerhalb einer Firma, in der eventuell mehr als ein Video erstellt wird, kann es von Vorteil sein, Videos in Sequenzen zu erstellen, so dass diese modular wiederverwendet werden können.

Im Fall der MIKSCH GmbH gibt es die Absteckvorrichtungen in verschiedenen Varianten, welche somit schneller und kostengünstiger, jedoch immer noch individuell, erstellt werden können. Nachbesserungen sowie Optimierungen in diesem ersten Pilotprojekt der MIKSCH GmbH sind demnach ohne allzu großen Aufwand machbar.

Ein weiterer Vorteil ist die bereits existierende Papier-Bedienungsanleitung innerhalb der MIKSCH GmbH, welche als Storyboard für das gewünschte Produkt dient.

Marketingtechnisch ist das direkte Aufzeigen der einzelnen Ersatz- und Verschleißteile innerhalb des Videos möglich, so dass der Kunde im Fall des Falles auch sofort nachbestellen kann. Somit könnten die Kosten für die Erstellung des Videos einfacher und schneller wieder hereingeholt werden.

4.2 Digitale Medien und Printmedien miteinander verbinden

Da bei der MIKSCH GmbH bereits Montageanleitungen im Papier- bzw. PDF-Format auf der Homepage vorhanden sind, ist es in diesem Fall eine sinnvolle Sache, dieses neue Medium mit den bereits bestehenden Anleitungen zu kombinieren und dem Kunden auch dementsprechend anzubieten. Dieser kann dann selbst wählen, welche Variante er bevorzugt. Auch kann es vorkommen, dass sich aufgrund verschiedener Gegebenheiten Inhalte nicht immer 100%-ig decken und somit ein Informationsaustausch zwischen den beiden Medien sinnvoll und notwendig ist. In naher Zukunft möchte die MIKSCH GmbH die bereits vorhandenen PDFs animieren lassen und hat erste technische Vorkehrungen getroffen. Einzelne Sequenzen können somit herausgezogen werden, es wird ersichtlich und eindeutig, zu welchen Textbausteinen zusätzlich ein Video zur Verfügung steht. Somit ist eine Kombination aus Printmedien und digitalen Medien absolut möglich und sinnvoll.

Die Verwaltung und Organisation erfolgt im bereits vorhandenen Redaktionssystem, welches in der Technischen Redaktion seinen Einsatz findet.

4.3 Anwendung anhand der Absteckvorrichtung

Grundlegend können hier bereits einige Überlegungen zur Erstellung eines MIKSCH-Videos vorgebracht werden, auch wenn das Erstellen des eigentlichen Videos der MIKSCH-Absteckvorrichtung außerhalb dieser Arbeit liegt.

Die bereits getätigten Überlegungen:

- i.) Storyboard: Der zu vermittelnde Inhalt existiert bereits als Schritt-für Schritt Anleitung in der Bedienungsanleitung
- ii.) Zielgruppe: Servicemonteur bei den Endkunden
- iii.) Hauptfigur („Avatar“): Ein Servicemonteur
- iv.) Sprache: möglichst sprachneutral und mit eindeutigen Symboliken, um das Video international einzusetzen
- v.) Farbgebung: Corporate Design von MIKSCH
- vi.) Problem: Wie in Kapitel 1 Einleitung Seite 3 genannt, das langwierige ungenaue Ausrichten zweier Komponenten nach „Gefühl“ und auf „gut Glück“
- vii.) Lösung: MIKSCH Absteckvorrichtung
- viii.) Call-to-Action: URL auf Website mit Details und Möglichkeit zur Bestellung
- ix.) Stil des Films: Real-Dreh. Für unser Pilotvideo wird Herr Hennig als Trainer und als Co-Regisseur fungieren.

4.4 Evaluierung

Jedes Produkt wird erstellt, um es an Kunden weitergeben zu können unter dem Gesichtspunkt des Kosten-Nutzen-Faktors.

Nachfolgend ein paar Kriterien, um den Erfolg des Pilotvideos „Absteckvorrichtung“ zu messen, bewerten und evtl. optimieren zu können.

- Auswahl nach Kosten/Nutzen
- Einholung von Kundenfeedback
- Bewertung des Videos anhand von Zugriffszahlen im Internet (Youtube) und Steigerung der Anfragen bei der Firma MIKSCH (sofern möglich!)
- Je nach Ergebnis Nachbesserungen vornehmen und Erfahrungen einfließen lassen
- Ständige Validierung und Anpassung des Konzeptes, der Mindmap sowie der Planung
- Entscheidung zum weiteren Vorgang bei der Erstellung von Videos

5. Zusammenfassung / Fazit

Im Zeitalter der Digitalisierung sind Videos im Internet und in Social Media unerlässlich geworden. Unterschiedliche Zielgruppen können schneller und gezielter angesprochen werden.

Letztendlich können Online- und Printmedien gut Hand in Hand miteinander gehen, wenn vor allem die Unternehmen den "traditionellen" Bereich verlassen, um neue Wege auszuprobieren und zukunftsweisende Lösungen umzusetzen.

Wie in nahezu jedem erfolgreichen Projekt ist die Planung und Evaluierung die entscheidendste und wichtigste Phase.

Im Rahmen dieser Projektarbeit wurde ein „roter Faden“ ausgearbeitet, um in Folge ein tatsächliches Video erstellen zu können.

Die Umsetzung, Anwendung und Realisierung eines Videos für die Absteckvorrichtung an sich ist im Rahmen dieser Projektarbeit nicht gefordert und in dieser kurzen Zeit auch nicht umsetzbar.

Termine zusammen mit Herrn Guischar und Herrn Hennig für die zweite Jahreshälfte 2018 sind bereits geplant, um das Konzept am praktischen Beispiel „Absteckvorrichtung“ in die Realität umzusetzen. Hierbei wird ein Erklärvideo für die MIKSCH GmbH erstellt, getestet und erste Erfahrungen für zukünftige Filmprojekte gesammelt.

I. Anlagenverzeichnis

(1) Eine Frage des Stils.

textzeichnerin; Landau in der Pfalz; www.textzeichnerin.com

(2) Mindmap

In Kooperation mit Herrn Johannes Guischar (Firma Stihl) und Herrn Valentin Hennig (Staatsgalerie) als allgemeingültiges Konzept ausgearbeitet.

(3) Visual Storytelling – kreatives & innovatives Lernen

Trainingskonzept von Herrn Valentin Hennig

(4) MIKSCH-Absteckvorrichtung

- Bedienungsanleitung

- Werbeflyer

- Entwurf Storyboard

II. Anlagen

siehe nachfolgend. Reihenfolge nach Kapitel I Anlagenverzeichnis, Seite 17