

Video: "Mediamatiker*in bei Musterfirma AG – mehr als eine Lehre"

Handlungskompetenzbereiche

- Mitgestaltung beim Projekt
- Produzieren und Verwenden von Multimedia
- Ausführen von Gestaltung/Design
- Betreiben von Marketing und Kommunikation

Arbeitsgebiet

- Audio-/Videodaten erstellen

Video: "Mediamatiker*in bei Musterfirma AG – mehr als eine Lehre"

04.04.2022 – 21.04.2022

Ausgangslage

Als Sekundar-Schüler*in, ohne Arbeits- bzw. Lehr Erfahrung, kann es schwierig sein sich vorzustellen wie es ist, die Lehre als Mediamatiker*in in der Arbeitswelt zu absolvieren. Besonders in einem selbstgeführten Lehrbetrieb wie die Musterfirma AG. Das will dieses Video transparenter machen, eine Lernende direkt zu Wort kommen lassen und die Vorteile an einer Lehre bei der Musterfirma AG aufzeigen.

Detaillierte Aufgabenstellung

Grundlage

Eine lernende Mediamatikerin bei Musterfirma AG im Gespräch. Was macht die Lehre als Mediamatikerin aus? Was ist speziell an einer Lehrstelle bei der Musterfirma AG? Im Interview werden diese Fragen geklärt. Ziel ist es, den Fokus auf die persönlichen Erfahrungen zu legen, um so einen einzigartigen Einblick in die Berufsbildung als Mediamatiker*in zu gewähren.

Technische Aspekte Video

- Max Mustermann erstellt ein Video von min. 4 und max. 6 Minuten Länge für YouTube.
- Das Video wird mit passenden Formaten (.MP4 oder .mov / 1920 : 1080 px) und Codecs (H.264) für YouTube exportiert.
- Das Video besteht aus Interview-Sequenzen mit der porträtierten Person, animierter Infografik, Bauchbinde und Closer nach detaillierten Vorgaben.

Interview

- Das Interview wird von Max Mustermann organisiert, geführt, eingerichtet und aufgenommen.
- Das Interview basieren auf einem in den Vorarbeiten erstellten Fragenkatalog.
- Die Interviews vermitteln Informationen zum Beruf der Mediamatiker*in und zur Lehre bei der Musterfirma AG nach Treatment.
- Das Interview besteht zum grössten Teil aus Sequenzen in Medium Einstellung im Goldenen Schnitt. Abweichungen werden in der Dokumentation begründet.
- B-Rolls stehen in Zusammenhang mit dem Interview-Text.

Video

- Die Videoaufnahmen folgen der Shotlist, die Teil der Vorarbeiten ist.
- Kamera-Bewegungen in den B-Rolls sind kontrolliert und flüssig.
- Die Beleuchtung des Interviews ist mit einer 3 Punkte Beleuchtung umgesetzt.
- Der Inhalt des Videos ist nachvollziehbar für Sekundarschüler*innen ohne spezifisches Fachwissen.

Video: "Mediamatiker*in bei Musterfirma AG – mehr als eine Lehre"

04.04.2022 – 21.04.2022

- Die gewählten Schnitte sind bewusst gesetzt und nachvollziehbar.
- Die unterschiedlichen Videos sind durch eine Color-Correction aneinander angeglichen.
- Durch das ganze Video ist das Color-Grading und das Look and Feel konstant.

Audio

- Das Audio ist klar verständlich und weist keine Störgeräusche auf.
- Musik und/oder Audioeffekte sind inhaltlich passend eingesetzt und unterstützen die Verständlichkeit.
- Sämtliche Audiofiles sind entweder selbst erstellt oder für diese Anwendung lizenziert. Lizenzen sind dokumentiert.

Gestaltung Opener, animierte Infografik, Closer, Bauchbinden

- Das Video enthält mindestens eine animierte Infografik.
- Die animierte Infografik ist klar strukturiert und übersichtlich.
- Das Video enthält mindestens eine Bauchbinde, Opener und Closer.
- Sämtliche Keyframe-Animationen sind mit angepasster Keyframe-Interpolation umgesetzt.
- Sämtliche visuelle Bewegungen werden durch ein Audioelement unterstützt.
- Die Animation besteht aus klaren, kontinuierlichen Bewegungen.
- Der Closer weist ein klares "Call to Action" auf.
- Eingesetzte Grafiken und Icons sind unverpixelt und unverzerrt.
- Gestaltungs-Elemente sind im Einklang mit dem firmeninternen CI/CD.
- Sämtliche Schriften und Logos sind nach firmeninternen CI/CD eingesetzt.

Kommunikations-Konzept

- Max Mustermann erstellt eine Entscheidungs-Matrix, in der er die von der Musterfirma AG verwendeten Kommunikationskanäle vergleicht und eine begründete Entscheidung trifft, auf welchen Kanälen er das Video publizieren will.
- Die Entscheidungs-Matrix wird präsentationsfertig als Powerpoint Datei bereitgestellt.
- Die Präsentation ist für interne Fachpersonen verständlich und nachvollziehbar.
- Die Präsentation stellt 3 Tracking-Methoden vor, um den Erfolg des Videos auf den gewählten Kanälen zu messen. (Audience Reach, Videoviews, Website Traffic)
- Max Mustermann erstellt einen Posttext für einen ausgewählten Kanal, um das Video zu bewerben.

Video: "Mediamatiker*in bei Musterfirma AG – mehr als eine Lehre"

04.04.2022 – 21.04.2022

Mittel und Methoden

Sennheiser Mikrofone
LED Panels
Sony Mirrorless Kamera
Stative
Premiere Pro, Audition, Illustrator, InDesign, After Effects
Firmeninternes CI/CD

Vorkenntnisse

- Video-Schnitt in Premiere Pro
- Animieren in After Effects
- Gestaltung in Illustrator
- Typografische Gestaltung in Indesign
- Planung (Treatment, Voice-Over etc.)

Vorarbeiten

- Organisation und Briefing der gefilmten Personen
- Treatment des Videos
- Shotlist
- Infografik Ausbildung Mediamatiker*in
- Gestaltung der Dokumentation (CI/CD etc.)

Neue Lerninhalte

Das Kommunikations-Konzept ist sehr neu für Max Mustermann und seine erste praktische Umsetzung von Marketing-Konzepten im Betrieb.

Arbeiten in den letzten 6 Monaten

- Administration und Buchhaltung
ca. 40 Arbeitstage.
- Gestaltung von Flyern

Video: "Mediamatiker*in bei Musterfirma AG – mehr als eine Lehre"

04.04.2022 – 21.04.2022

ca. 10 Arbeitstage

- Kundenauftrag PET Recycling: Koordination, Kamera und Schnitt

ca. 10 Arbeitstage

Individuelle Kriterien

Auf den folgenden Seiten werden die individuellen Kriterien aufgeführt, welche durch die verantwortliche Fachkraft für diese IPA festgelegt wurden.

Individuelle Kriterien

Leitfrage 1	Video: ganzheitliches Kriterium zu einer Videoproduktion Die folgenden Kriterien sollten erfüllt sein: 1. Dramaturgie: Spannungsbogen und Call-to-Action-Message am Schluss erkennbar. 2. Bildausschnitte und Perspektive passen zum gesteckten Ziel des Videos. 3. Tonaufnahmen in hoher Qualität. Kein unnötiges Rauschen und keine Ausreisser in der Frequenz. 4. Das Video wird mit passenden Formaten (.MP4 oder .mov / 1920 : 1080 px) und Codecs (H.264) für YouTube exportiert. 5. Die Videoaufnahmen folgen der Shotlist, die Teil der Vorarbeiten ist. 6. Kamera-Bewegungen in den B-Rolls sind kontrolliert und flüssig. 7. Die Beleuchtung des Interviews ist mit einer 3 Punkte Beleuchtung umgesetzt.
Gütestufe 3	Alle Kriterien sind erfüllt
Gütestufe 2	5 von 7 Kriterien sind erfüllt
Gütestufe 1	Die Kriterien 1. und 3. sind erfüllt
Gütestufe 0	1 oder kein Kriterium ist erfüllt

Notizen

Individuelle Kriterien

Leitfrage 2	Video: Farbkorrekturen in der Nachbearbeitung Folgende Kriterien sollen erfüllt sein: 1. Die Farben sind so aufeinander abgestimmt, dass ähnliche Lichtverhältnisse innerhalb einer Location zu sehen sind. 2. Farbunterschiede und Helligkeit innerhalb einer Szene werden ohne visuellen Bruch korrigiert. 3. Die Farbanpassungen sind in der Dokumentation aufgeführt. 4. Durch das ganze Video ist das Color-Grading und das Look and Feel konstant.
Gütestufe 3	Alle Kriterien sind erfüllt
Gütestufe 2	3 von 4 Kriterien erfüllt
Gütestufe 1	1 von 4 Kriterien erfüllt
Gütestufe 0	Keine Kriterien sind erfüllt

Notizen

Individuelle Kriterien

Leitfrage 3	Kommunikationsplan Folgende Punkte sind erfüllt: 1. Die Kanäle im Kommunikationsplan sind nach Relevanz priorisiert 2. Die Auswahl der Kanäle ist begründet 3. Der Kommunikationsplan ist mit betriebsüblichen Mittel dargestellt, so dass er intern präsentiert werden kann 4. 3 Mögliche Trackingmethoden werden genannt und erklärt 5. Die Entscheidungs-Matrix wird präsentationsfertig als Powerpoint Datei bereitgestellt.
Gütestufe 3	Alle Punkte sind erfüllt
Gütestufe 2	4 Punkte sind erfüllt
Gütestufe 1	2 Punkte sind erfüllt
Gütestufe 0	Kein Punkt ist erfüllt

Notizen
