

Briefing: Instagram-gerechte Videos für die EU-Projektkommunikation

Was wir mit unserem Instagram-Kanal erreichen möchten

Mit unserem Instagram-Kanal möchten wir zeigen, wie vielfältig, konkret und lebensnah EU-geförderte Projekte in Deutschland wirken. Wir wollen sichtbar machen, was sonst oft im Verborgenen bleibt: die Menschen hinter den Projekten, den Arbeitsalltag, innovative Ideen und praktische Veränderungen vor Ort. Ziel ist es, ein breites Publikum zu erreichen, Interesse zu wecken und den europäischen Mehrwert erlebbar zu machen – kurz, bildstark und direkt.

Besonders freuen wir uns über Videos, in denen Begünstigte selbst zu Wort kommen oder gezeigt wird, wie die Förderung konkret im Alltag wirkt – zum Beispiel durch neue Arbeitsmöglichkeiten, innovative Entwicklungen oder sichtbare Veränderungen vor Ort.

Damit Ihre Beiträge auf Instagram die gewünschte Wirkung entfalten, bitten wir Sie, beim Filmen einige Grundprinzipien zu beachten. Instagram funktioniert anders als eine Website oder ein klassischer Messefilm: Nutzende scrollen schnell weiter, wenn Inhalte zu statisch oder erklärend sind. Deshalb empfehlen wir:

1. Filmen Sie im Hochformat (9:16)

Instagram-Reels funktionieren nur im Hochformat. Bitte filmen Sie alle Clips entsprechend.

2. Zeigen Sie Ihre Tätigkeit in Aktion

Der spannendste Teil ist oft das, was Sie oder Ihre Kolleginnen und Kollegen bei der Arbeit tun. Zeigen Sie Maschinen, Hände bei der Arbeit, Bauprozesse, Werkstätten, Labore, Prototypen oder andere Bewegungsabläufe. Ein kurzer Blick in die reale Arbeit ist oft eindrucksvoller als lange Erklärungen.

3. Halten Sie die Clips kurz und fokussiert

Vermeiden Sie es, Ihr Projekt ausführlich und im Detail vorzustellen oder über Fördersummen und Ziele zu sprechen. Unser Ziel ist es, Aufmerksamkeit zu erzeugen und Neugier zu wecken – nicht zu informieren. Weniger Worte, mehr Bild!

4. Beginnen Sie mit einem starken visuellen Moment

Die ersten drei Sekunden entscheiden, ob ein Video weitergeschaut wird. Beginnen Sie z. B. mit einer überraschenden Szene, einer spannenden Frage oder einem ungewöhnlichen Geräusch – nicht mit einem Logo oder einer Begrüßung.

5. Authentizität vor Perfektion – Handyvideos sind ausdrücklich willkommen

Sie brauchen kein Studio oder Profi-Equipment. Authentische, selbstgedrehte Handyvideos wirken oft glaubwürdiger. Nutzen Sie Tageslicht, vermeiden Sie künstliche Hintergründe oder gestellte Szenen. Zeigen Sie stattdessen Ihren echten Projektalltag.