

360-Grad-Video

Stand: 31.07.2024

Die klassischen zweidimensionalen Videos werden auf einer rechteckigen Fläche abgespielt. Im Gegensatz dazu verwenden 360-Grad-Videos Kugelpanoramen. Auf diese Weise erhält der Nutzer einen Rundumblick auf einen Raum oder eine Landschaft. Die Darstellung erfolgt in einem Winkel von 360 × 180 Grad, d. h. der Betrachter ist in allen Richtungen vom Video umgeben, auch von oben und unten. Dieses Phänomen wird als sphärisches Panorama oder immersives Video bezeichnet. Innerhalb des Videos lassen sich auch Weblinks aufrufen. Die beste Präsentationsform für diese Art von Videos sind VR-Brillen, aber auch in sozialen Netzwerken oder im Webbrowser sind sie sehr beliebt. Seit 2016 gewinnen 360-Grad-Videos immer mehr an Bedeutung, vor allem im Bereich des Personalmarketings.

Wie wird ein 360-Grad-Video erstellt?

360-Grad-Videos können auch mit Smartphones erstellt werden, wo eine Vielzahl von Apps zur Verfügung stehen. Aber die besten Ergebnisse lassen sich mit professionellen 360-Grad-Kameras erzielen, die auch omnispärische Kameras oder Multikamera-Rigs genannt werden. Für kleinere Projekte können auch Action-Kameras eingesetzt werden. Bei der Erstellung eines 360-Grad-Videos sind einige Dinge zu beachten: So sollte die Kamera waagrecht und in Richtung Horizont ausgerichtet sein, am besten mit einem Stativ, damit die Aufnahmen nicht verwackeln und auch nicht zu viele Szenenwechsel und Schnitte nötig sind. Außerdem gilt es immer zu beachten, die Perspektive nicht zu oft zu wechseln, sonst wird das Video unübersichtlich. Nach der Aufnahme müssen die Sequenzen sinnvoll angeordnet werden, was als Stitching bezeichnet wird, wofür es spezielle Software gibt.

Einsatzbereiche von 360-Grad-Videos

360-Grad-Videos eignen sich besonders für die Werbung für bestimmte Orte, zum Beispiel im Urlaubsbereich wie Ferienzimmer, Vergnügungsparks oder Kreuzfahrtschiffe, wo eine Art virtueller Rundgang möglich ist. Auch im Bereich Messen und Events sind 360-Grad-Videos sehr beliebt. Sie gewinnen zudem im Einzelhandel immer mehr an Bedeutung, da sie zur virtuellen Präsentation von Sortimenten und Produktionsstätten genutzt werden können. Auch für die Online-Präsentation von Veranstaltungen wie z. B. Museumsbesuchen, Konzerten oder Theateraufführungen sind 360-Grad-Videos ideal, da sie einen sehr lebendigen Eindruck vermitteln.

Immersive Videos bieten verschiedene Vorteile, da sie intuitiv bedienbar sind und somit sehr einfach zu handhaben sind. Sie haben jedoch einen sehr hohen Produktions- und Einrichtungsaufwand.

Auch im Bereich Social Media stellen 360-Grad-Videos eine gute Wahl für Marketingmaßnahmen dar, denn die hohen Produktionskosten lohnen sich, da sie eine große Wirkung und Reichweite erzielen können.

360-Grad-Video und Suchmaschinenoptimierung

360-Grad-Videos sind daher ein Bestandteil der gesamten Marketingstrategie von Unternehmen. Sie eignen sich für moderne Präsentationen von Dienstleistungen oder Waren und sorgen so für eine erhöhte Verweildauer auf der Seite des Shops. Oft werden diese Videos auch mit Freunden geteilt und erzielen so

eine hohe Reichweite, was langfristig den Traffic erhöht und dann auch das Ranking in den Suchmaschinen verbessern kann.