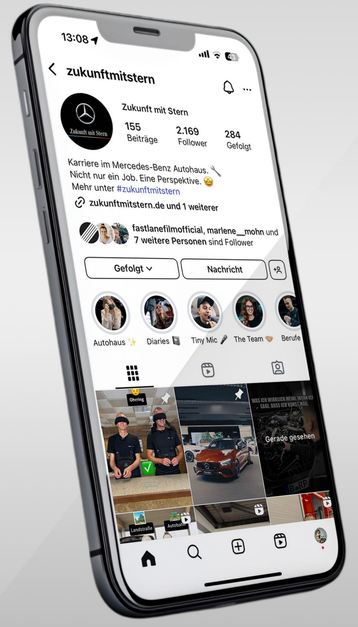

Autohaus Stars Content - Quick Start Guide

Tipps für den Videodreh – DOs & DON‘Ts
Personalservice Initiative by Mercedes-Benz, Berlin, Mai 2025

Mercedes-Benz

Quick Start Guide

für eure Clips – locker, echt & mit Stern

Wer bist du eigentlich?

Begrüßt die Community mit einem kurzen „Hallo“ und gebt kurz was über euch preis: Name, Abteilung, was ihr genau macht – so wird’s persönlicher. Und wenn ihr z. B. von eurer Lieblingsabteilung sprecht, dann gerne auch das „Warum“ dazupacken. Gerne auch verabschieden z.B. mit „Bis bald!“

Locker bleiben.

Sprecht frei – am besten nichts ablesen. Wenn ihr ein Interview-Format plant, schaut euch vorher kurz die Fragen an und macht euch Gedanken, was ihr sagen möchtet. So seid ihr nicht komplett überrascht und habt eine grobe Idee, was ihr sagen wollt.

Gendern? Gerne!

Zum Beispiel: Kolleg*innen. Ist kein Muss – aber schön, wenn’s drin ist

Nicht vergessen: Call to Action!

Am Ende des Videos ist ein kleiner Hinweis super hilfreich, z. B.:
„Folgt uns für mehr Einblicke und liked dieses Video, wenn’s euch gefallen hat!“
So holt ihr die Community direkt mit ins Boot.

Gute Location, gutes Gefühl.

Sucht euch einen Ort, an dem sich alle wohlfühlen. Vor dem Dreh gerne ein bisschen quatschen oder ein kleines Warm-up machen. Wenn sich jemand unwohl oder zu angespannt fühlt, merkt man das direkt im Video – also: lieber entspannt reinstarten!

Community ansprechen.

Bitte im Plural bleiben – sprecht die Leute mit „ihr“ und „euch“ an.

Keine negativen Vibes.

Formuliert eure Aussagen nicht negativ – das wirkt sympathischer und authentischer.

Privatsphäre? Kein Ding.

Wenn euer Nachname auf der Kleidung steht und ihr den nicht zeigen möchtet: einfach abkleben!

Unbedingt beachten!

Safety first!

Wenn ihr am Fahrzeug arbeitet oder schraubt, gelten in erster Linie die Sicherheitsvorgaben vor Ort. Aus ästhetischen Gründen und für eine Außendarstellung, die unseren Mercedes-Benz Werten gerecht wird, empfehlen wir nach Möglichkeit folgendes zu beherzigen:

- Handschuhe tragen
- Schutzbrille auf
- Kein auffälliger Schmuck

Kleidung.

Wählt saubere Kleidung aus, die keine feinen und wiederkehrenden Muster hat, um den sogenannten „Moiré-Effekt“ zu vermeiden. Unsere Mercedes-Benz Arbeitskleidung geht natürlich immer.

Sprachaufnahmen.

Verwendet bei Sprachaufnahmen bitte stets die korrekten Bezeichnungen: Mercedes-Benz, Mercedes-EQ, Mercedes-Maybach, Mercedes-AMG, Mercedes-Benz G-Klasse.

Zubehör & Collection.

Ihr dürft gerne nach Absprache mit euren internen Ansprechpartnern auch Accessoires aus dem Shop verwenden.

Unbedingt beachten!

Tiny Mic? Big Impact!

- Benutzt am besten ein kleines Mikrofon – das sorgt für klaren Ton, auch wenn’s um euch rum etwas lauter ist. Besonders in Werkstätten, Showrooms oder bei Events kann das wirklich Gold wert sein.
- Haltet das Mikro nah genug an euren Mund – am besten ruhig und still. So verhindert ihr, dass Störgeräusche mit aufgenommen werden (z. B. Rascheln oder Reibung am Stoff).

Produktion & Bildqualität.

Vermeidet bei euren Aufnahmen:

- Aufnahmen mit Filtern
- Verwackelte Aufnahmen (es sei denn, als Effekt gewünscht)
- Spiegelungen
- Unschärfe (es sei denn, sie ist als Effekt gewünscht)
- Angeschnittene Köpfe
- Bitte keine Zoom-Funktion verwenden

Draußen drehen?

Wenn ihr draußen filmt: Achtet auf den Wind! Starker Wind = schlechte Tonqualität. Im Zweifel lieber einen ruhigeren Ort wählen oder mit Windschutz arbeiten.

Ton-Check zwischendurch

Wenn die Aufnahme läuft, kontrolliert ab und zu kurz, ob der Ton noch passt und alles aufgezeichnet wird. Nichts ist ärgerlicher als ein super Take ohne Ton.

Tipps für eine hochwertige Videoqualität.

- Wenn möglich, achtet darauf, dass Ihr oder die gefilmte Objekte nicht zu nah an einer Wand o.ä. stehen
- Achtet bei Euren Aufnahmen auf ausreichend Licht. Nutzt im Idealfall natürliches Tageslicht und/oder das Zukunft mit Stern Ringlicht aus der Social Media Box, das verbessert die Videoqualität ausgesprochen
- Bildausschnitt/Videoausschnitt: Lieber mehr Hintergrund mit drauf nehmen als Objekte oder andere Dinge „abzuschneiden“
- Stellt am besten zwei Handys auf – so könnt ihr dieselbe Szene aus verschiedenen Blickwinkeln filmen. Beim Schnitt könnt ihr dann easy zwischen den Perspektiven wechseln – wirkt direkt viel professioneller und abwechslungsreicher.
- Zeigt mal Nahaufnahmen vom Gesicht, oder begleitet eure Kolleg*innen mit der Kamera, wenn sie etwas erklären oder zeigen. Das macht’s lebendiger und spricht die Community auf Social Media viel besser an.
- Achtet auf das richtige Format (für Instagram Story/Reel, Hochformat)
- Versucht, die Personen möglichst mittig im Bild zu halten. Nicht zu viel Boden oder Decke – Fokus auf Gesicht und Körpersprache, damit die Message rüberkommt.)

Hinweise für im Bild zu sehende Fahrzeuge.

Sauberes Fahrzeug.

Achtet bitte zwingend darauf, dass das Fahrzeug sauber ist und keine Schmutzstreifen zu sehen sind – es sei denn, es ist explizit gewünscht und Teil des abgesprochenen Konzepts. Schaltet die Zündung an, so habt Ihr ein schönes Lichterlebnis am Auto.

Displayanzeigen.

Achtet auf korrekte und fehlerfreie Anzeigen im Display. Also: keine rot leuchtenden Warnleuchten, leerer Tank oder Ähnliches.

Vorbildliches Fahrverhalten.

Die Abbildung eines verantwortungsvollen und umsichtigen Fahrens ist ein Muss. Das bedeutet für Euch: anschnallen, umschauen, blinken, keine Mittellinien überfahren, darauf achten, dass die Abblendscheinwerfer in dunkleren Szenen eingeschaltet sind, Geschwindigkeitslimitierungen einhalten ...

Felgen.

Bei einem stehenden Fahrzeug sollte der Stern in der Felge immer korrekt nach oben ausgerichtet sein.

Radiosender, Streaming-Dienste, Musik Playlisten.

Zeigt möglichst keine Logos von Radiosendern, Streaming-Diensten, Musik-Playlists etc. Ansonsten muss die Abbildung marken- und urheberrechtlich geklärt werden.

Ladestand.

Achtet bei Elektro- oder Hybrid-Fahrzeugen darauf, dass der Ladestand möglichst bei 100% ist – insbesondere bei Close-Ups!

Absolute NO-GOs!

Nicht angeschnallte Personen, nur eine Hand am Lenkrad, Missachtung der Verkehrsregeln in jeder Form, Driften (auch nicht mit Disclaimer).

Kennzeichen.

Achtet darauf, dass im Video keine Kunden-Kennzeichen zu sehen sind – zumindest nicht deutlich. Wenn’s sich nicht vermeiden lässt: im Schnitt verpixeln oder abdecken.

Rechtliche Bestimmungen.

Urheberrechte & Bildrechte.

Verwendet kein urheberrechtlich geschütztes Material. Geschützt sind in der Regel andere Bilder, Videos, Bauwerke, Kunstwerke oder Musik. Aber auch Zitate, Songtexte, Slogans etc. können urheberrechtlich geschützt sein. Ohne eine Rechtserklärung ist die Abbildung von Fotos oder Videos aus dem Internet nicht zulässig:

- Sounds mit gesprochenem Text -> Selbst nachsprechen.
- Achtet darauf, dass keine Musik im Hintergrund läuft. Später vertonen wir Eure Videos ohnehin mit Musik aus unserer Datenbank, also keine Sorge.
- Bei Unsicherheiten oder Fragen kommt gerne immer auf uns zu.

CO2-Labelingpflicht.

Zeigt möglichst keine Motorisierungen, wie etwa am Heck. Wenn es von einem Modell nur eine Motorisierung gibt, muss die Agentur labeln. Das bedeutet, wir müssen in jedem Fall immer wissen, welches Fahrzeug Ihr genau geshootet habt.

Events & Großereignisse.

Vermeidet Werbung von sportlichen Großereignissen in euren Videos, wie zum Beispiel der EM oder WM. Auch die Anlehnung an andere Ereignisse, wie Festivals (ESC, Rock am Ring, Oscar-Verleihung, Emmys), Filme (#starwars), Serien, Bücher, Musicals und andere Formate, ist problematisch.

Recht am eigenen Bild.

Alle im Film oder auf Bildern abgebildeten Personen müssen ihre ausdrückliche Zustimmung schriftlich erteilen (Hier auf unsere Einverständniserklärung-Vorlage verweisen?) – auch unbeteiligte Personen im Hintergrund. Bei Minderjährigen muss die Einwilligung der Erziehungsberechtigten schriftlich vorliegen.

Fremdmarken.

Fremdlogos oder erkennbare Marken dürfen ohne ausdrückliche Zustimmung nicht gezeigt werden – auf keinen Fall im Fokus und am besten auch nicht im Hintergrund. Vermeidet bei euren Aufnahmen deshalb die Abbildung von:

- Reklametafeln oder Schildern in Deiner Umgebung
- Markenlogos auf Kleidung, Schuhen oder Accessoires
- Markentypischen Designs (z.B. Apple-Produkte)
- Markenrechtlich geschützte Begriffe und/oder #Hashtags

Unser Team für die Initiative.

Dennis Gengelbach

Leitung Personalservice Initiative

dennis.gengelbach@mercedes-benz.com
+49 (0)160 860 77 45

Andrea Pfingsttag

Personalservice Initiative

andrea.pfingsttag@mercedes-benz.com
+49 30 2694 3388