

**Cinemagraphs.**

**Styleguide und Workflow.**

# Produktionelles.

## Aufnahme.

Damit die Höhe von 1920px für die Stories eingehalten werden kann, müssen die Cinemagraphs horizontal, also im Hochformat aufgenommen werden. Haltet dies so ein, ansonsten wird der Cinemagraph in der Instagram-Story rechts und links abgeschnitten. Dabei müsst ihr für den **Post** darauf achten, dass die Bewegung im Bild mittig und nicht im oberen oder unteren Bildrand platziert ist. Hierfür eignen sich die Hilfslinien in den Sony-Cams oder ihr klebt den Bildschirm mit zwei Streifen durchsichtigem Klebeband ab, sodass ihr nur noch einen Square sehen könnt. Beim Stativ müsst ihr darauf achten, dass der Kopf gedreht werden kann.

### Formate

Post: 1080x1080px (wird oben und unten abgeschnitten)

Story: 1080x1920px

Aufnahme in FullHD | 1920x1080px | 25fps | Picture Profile: *S-Log 2*

Zwingend mit Stativ

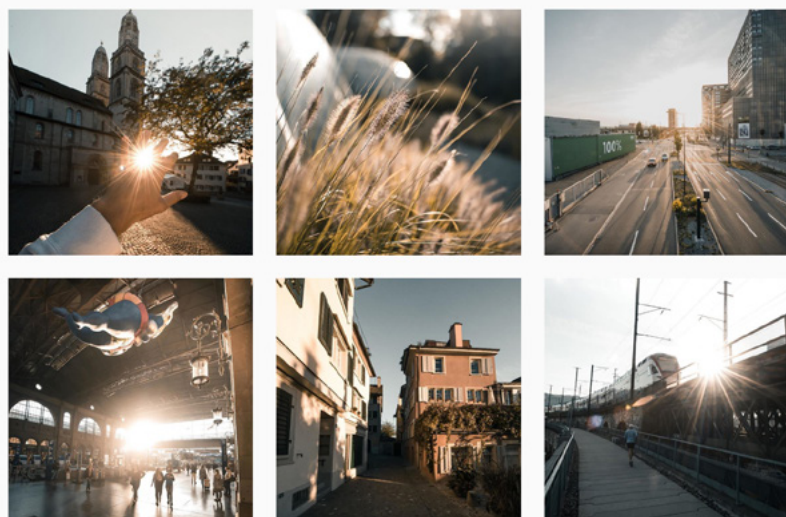
Keine Aufnahmen mit dem Smartphone

## Setting.

Bei allen Cinemagraphs soll, wenn möglich, der Herbst und/oder ein EWZ #lichtmoment mit einbezogen werden. Draussen den Sonnenaufgang oder die Golden Hour berücksichtigen. Drinnen wird auf ein warmes Setting geachtet (zB: Holzbrättli in der Küche verwenden, Pflanze daneben, Lichtschein von Aussen, Blätter als Deko etc.). Orientierung am EWZ Instagram-Profil. Ästhetik ist Key.

## Grading.

Das Grading erfolgt **vor der Maskierung im Premiere Pro** mit dem aufgenommenen MP4-Video. Erst danach wird das Video in After Effects maskiert. Vor dem Grading wird zuerst die Gammakurve mit dem [Sony LUT S-Log to Rec 709](#) zurückgesetzt. Danach gilt beim Grading das Instagram-Profil von EWZ als Richtwert: Die Bilder haben eine angenehm warme Farbtemperatur, wenig Sättigung, wenig Kontrast. Boden, Architektur und Himmel sind dezent entsättigt und erscheinen hell. Instagramfilter werden nicht verwendet:



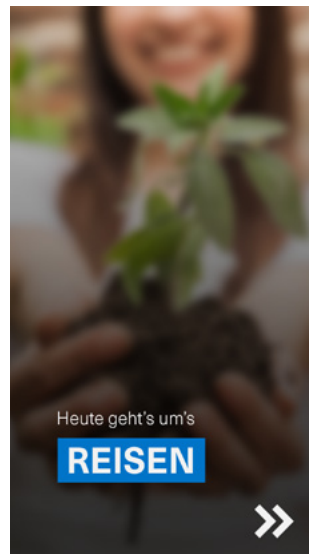
# Story.

In der Story gibt es die folgenden 4 «Slides» pro Publikation:

## Titelpost



## Themenpost



## Cinemagraph 01



## Cinemagraph 02



Werden direkt vom Grafik-Team erstellt

Bleibt bei allen Cinemagraphs gleich

Der Text des Themenposts **muss von jedem Team hier** bis DO, 26.9. überprüft werden. Bei Änderungen das Grafik-Team benachrichtigen.

Für diese beiden Post erstellt das Grafik-Team spezifisch ein Bild, in welchem eine Person ein Blatt in die Sonne hält (Subjektive).

Für das «Projektlogo» arbeitet das Grafik-Team im klassischen EWZ-Marker Stil: weisse Schrift, blauer Hintergrund. Verwendet wird die Neue Haas Unica Pro Bold und für einen etwas lässigeren Touch zusätzlich die KG Luck of the Irish.

**Farbe:** #F2F2F2  
**Hintergrund:** #0074c8  
**Grösse:** 30pt

Die Videos werden vom jeweiligen Team mit den auf Seite 1 genannten Vorgaben erstellt.

Die aufgenommenen Videos werden zuerst im **Premiere Pro** gegradet. In der vom Grafik-Team **vorbereiteten After Effects Datei** kann dann das jeweilige Team die Cinemagraphs auf dem entsprechenden Layer erstellen und den Text anpassen.

Die Cinemagraphs werden durch eine **Headline** ergänzt. Diese wird in zwei Satzhälften auf die beiden Posts verteilt. Die Schrift wird mit einem schwarz-transparenten Layer über dem Bild von den Cinemagraphs abgehoben. Das jeweilige Schlagwort (bsp. oben: Ausland und Schweiz) wird in Versalschrift gehalten.

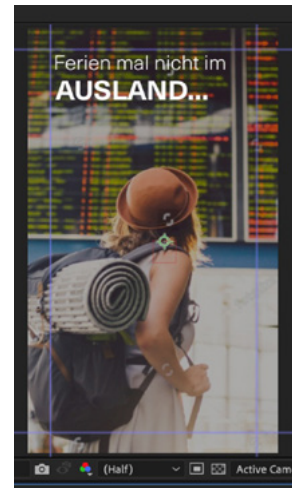
**Schrift:** Neue Haas Unica Pro Bold & Light  
**Farbe:** #F2F2F2  
**Grösse:** 23pt  
**Zeilenabstand:** 25pt  
**Layer Farbe:** #FFFFFF

Für die Erklärung zum Projekt wird die Neue Haas Unica Pro Light verwendet.

**Grösse:** 15pt  
**Zeilenabstand:** 22pt

Die Pfeile signalisieren dem Instagram-User, dass es noch weitere Inhalte in den darauf folgenden Stories zu entdecken gibt.

**Platzierung:** beliebig, aber nicht bei beiden Cinemagraphs auf derselben Höhe und nur im vorgegebenen **Rahmen** in der ae.-Vorlage. Zudem sind die beiden Zeilen verknüpft (parent), sodass der Abstand dazwischen nicht verändert wird.



Die Opacity **des schwarz-transparenten Layers** darf je nach Lichtsituation und Grading auf den jeweiligen Cinemagraph angepasst werden. Standard-Wert liegt bei 40%

## Post.

Für die Post-Serie im Feed wird vom Grafik-Team ein Ankündigungspost vorbereitet, welcher einmal, bevor die Serie startet, publiziert wird. Danach werden die beiden Cinemagraphs jeweils unabhängig davon gepostet:

Ankündigungspost



Cinemagraph 01



Cinemagraph 02



Die Posts im Feed tragen keinen Text. Die Angabe zu einem nachhaltigeren Verhalten wird hier, nicht so wie bei den Stories, nur in der Caption näher erläutert. Die «Headline» ist 1 zu 1 der Text aus der Story. Danach wird auch einer der vom Recherche-Team spannenden Fakten integriert. Diese werden bei Abgabe der Storyboards (SO, 15.9.) vom Recherche-Team bereitgestellt. Beispiel:

ewz.energie • Abonniert  
Zoo Zürich

ewz.energie • Mit  
#deinSwipeineEntscheidung zeigen wir dir, wie du ganz einfach zu einer nachhaltigeren Zukunft beitragen kannst: Ferien also mal nicht im Ausland verbringen, sondern in der Schweiz! Azurblaues Wasser, frische Luft, grüne Wälder, atemberaubende Aussichten lassen sich mit den 1500 Seen und 22,500km Wanderwegen nämlich auch in der Schweiz finden. Ferien geniessen und erst noch umweltfreundlich agieren! #lichtmoment #nachhaltigerleben