



Natuurmonumenten-video's

Natuurmonumenten maakt al jaren gebruik van video. Centraal in een video van Natuurmonumenten staat het verhaal, ongeacht de vorm. Gemene deler is het overbrengen van 'fascinatie en verwondering' en 'beleving'. In deze pdf staan de richtlijnen voor Natuurmonumenten-video's omschreven, zodat deze herkenbaar zijn zowel binnen als buiten de organisatie.

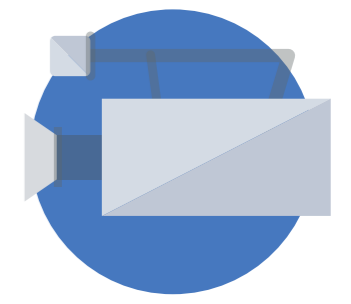
Wil je een video laten maken, neem dan contact op met de beeldredactie via producties@natuurmonumenten.nl. Zowel voor gericht advies, hulp bij het zoeken van een geschikte externe partij als vragen over de huisstijl van video's.

Een video maken gaat in een aantal stappen. Hieronder een beknopte factsheet met informatie per stap.



Factsheet - Stappenplan

Het maken van een video voor Natuurmonumenten gaat in een aantal stappen. Hier een beknopte factsheet met informatie per stap.



Briefing

Een goede briefing richting beeldredactie en/of een uitvoerende partij, is de basis voor het opstarten van een videoproductie. Vragen die je je als opdrachtgever moet stellen zijn:

- Wat is mijn verhaal, wat wil ik vertellen?
- Wie is mijn doelgroep?
- Wat is het doel van mijn video?
- Wat is mijn budget?
- Hoe haal ik maximaal rendement uit mijn video als deze klaar is?

Script en Storyboard

Als je door middel van video een effectief en krachtig verhaal wilt vertellen, moet je keuzes maken: wat laat je weg en wat niet. Zo krijg je het verhaal scherp voor jezelf, de uitvoerende partij en je doelgroep.

D.m.v. een script schrijf je de video alvast uit op papier, om obstakels, problemen en onmogelijkheden tijdens het filmen te voorkomen.

Met een storyboard wordt geïllustreerd hoe een verhaal gaat lopen: hoe zien de scènes eruit, de composities, het camerastandpunt, hoe gaat de ene scène naar de volgende. Wat moet opvallen, wat juist niet?

bestaande Audio, Voice-over of Titels

Om informatie beknopt over te brengen, heb je de keuze uit audio van bestaande stemmen (bijvoorbeeld mensen die aan het woord zijn in de video), een voice-over (een stem die na de definitieve montage wordt ingesproken) die essentiële informatie geeft en/of titels die de inhoud kracht bij zetten. Ook deze keuzes maak je aan het begin van het proces, vóór het daadwerkelijke filmen.

Muziek

Het uitgangspunt voor Natuurmonumenten-video's: geen muziek, tenzij die bijdraagt aan de kracht van het verhaal. Veel muziek mag niet zomaar kosteloos worden gebruikt voor online- of openbare vertoning van je video. Rechtenvrije muziek is een goedkoop alternatief. Geluidseffecten en dierengeluiden zijn ook online te vinden, maar de rechten hiervoor zijn niet altijd even transparant. Raadpleeg bij twijfel de beeldredactie!

<https://www.youtube.com/audiolibrary/music> (wel inloggen met een YouTube account)

<https://www.youtube.com/audiolibrary/music> (wel inloggen met een YouTube account)

https://www.youtube.com/results?search_query=rechtenvrije+muziek+youtube

Filmen

Enkele technische richtlijnen:

- Full HD 1920x1080 in 25 beelden per seconde. Ook 50fps is toegestaan, altijd Progressive.
- Film met een 'Large Sensor Chip' waardoor de beeldstijl overeenkomt met eerdere producties.
- Film in kleur, niet zwart-wit.
- Zorg voor goed verstaanbare audio (richtmicrofoon, zender en dergelijke).
- Gebruik een statief voor stabiel, rustig beeld.
- Verstoor of verontrust geen dier!

Montage en Post-Productie

Tijdens de montage vallen script en storyboard op z'n plek, wordt de audio bewerkt en worden titels toegevoegd. Na enkele correcties (leg correctierondes vast in je contract met de uitvoerende partij, minimaal één correctieronde) ontstaat de definitieve versie die kan worden vertoond.

Voorbeelden van CORRECT gebruik van logo, lettertype en titels:



Huisstijl: gebruik van logo, lettertype en titels

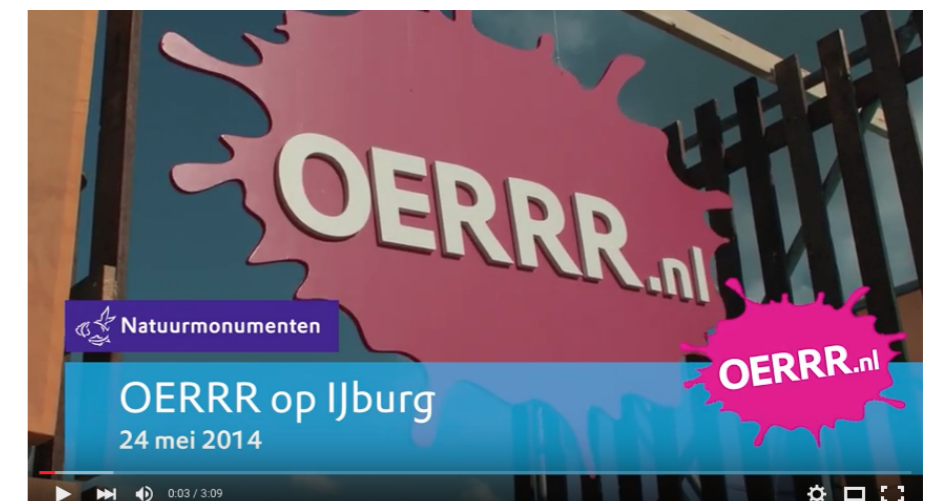
De voornaamste richtlijnen om een video huisstijl-proof te maken:

- Als je titels wilt gebruiken, kies dan één van de kleuren titelbalken uit het Photoshop-bestand.
- Bij de begintitel hoort ons horizontale logo.
- DTL Prokyon is het lettertype van Natuurmonumenten.
- De grootte van de bovenste en onderste regel hangt af van de lengte van de tekst (boven in medium of bold, onder in regular).
- De 1 of 2 regels worden verticaal uitgelijnd met de N van het logo van Natuurmonumenten.
- Titels komen in over 10 frames, gaan zonder cross-fade weer weg na minimaal 4 sec. in beeld.
- Eindtitel kan bestaan uit regels tekst over de titelbalk, met daarin een URL, 'call to action' of alleen het logo groot in beeld.

Meer richtlijnen, adviezen en bestanden zijn op te vragen bij de beeldredactie, via producties@natuurmonumenten.nl.



Vlog van Hanne Tersmette:
openingstitel met logo, bovenste regel medium, onderste regular
<https://youtu.be/3FEtHKVX-Pk>



OERRR op IJburg:
openingstitel met Splash, maar geen eindtitel/url etc.
https://youtu.be/R_xU3zr6BY0



Boomplantdag 2013:
openingstitel met logo, eindtitel met logo, url en call-to-action
<https://youtu.be/8tQxiV5WESs>



OERRR:
openingstitel met logo, eindtitel met groot logo en url over zwart
https://youtu.be/Ms_DLaleO5c

Voorbeelden van
INCORRECT gebruik
van o.a. logo, titels :



Lodewijk adopteert lammetjes: verouderde
vorm van logo en titelgebruik.
<https://youtu.be/X8EC2dWE4Kk>



Nog een verouderde vorm.
https://youtu.be/KJklnRrPI_4



Gebiedsvideo Landgoed Eerde: aflopend
logo (verouderd!) wel KDZ als einde.
https://youtu.be/sdlgE6K_ELA



VARIATIES op huisstijl

In overleg met de beeldredactie en uitgevoerd in opdracht van Natuurmonumenten:



Corporate (merk) video 2015:
<https://youtu.be/1n5YdpT55JE>



Boomcadeau 2014: grafische vormgeving en alternatieve eindtitels met url.
<https://youtu.be/cT3S5cdsZ3Q>



Stem voor de natuur: een samenwerking met andere partijen, waardoor onder andere geen logo.
https://youtu.be/if1xE286I_4



Midzomernachtcampagne 2014: gebruik van Komt Dat Zien met titelvariaties (grafische vorm).
<https://youtu.be/4kljzDjmMY>

Vragen?

Mail de beeldredactie via:
producties@natuurmonumenten.nl.