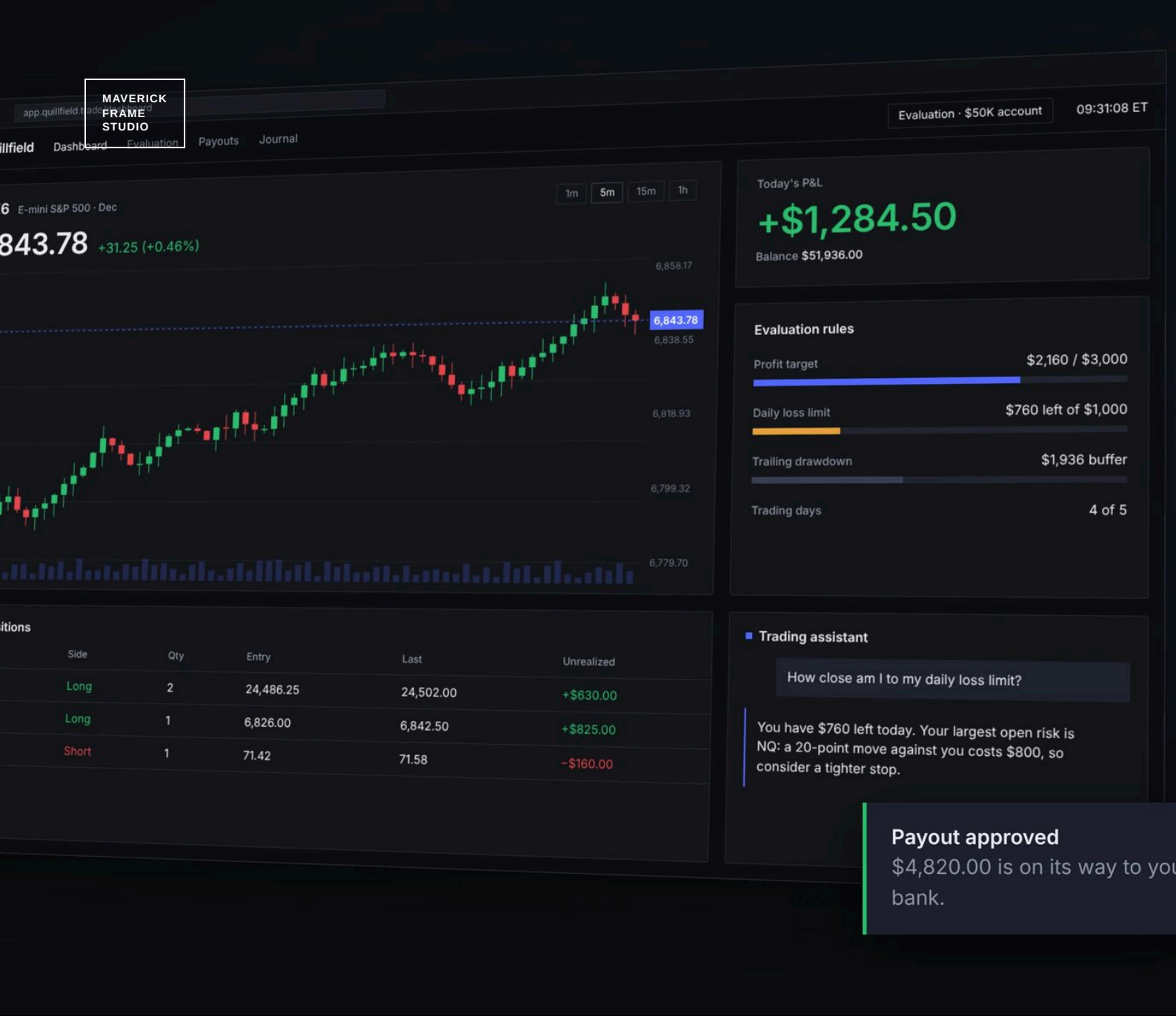


PRAXISLEITFADEN / AUSGABE 2026

Das Plattform-Briefing: was Sie vorbereiten, bevor Sie bestellen.

Bildschirmaufnahmen, Demokonten, freigegebene Aussagen und der Risikohinweis: die Checkliste, die Übersicht der Fassungen und 12 Fragen, mit denen sich eine YouTube-Anzeige für Fintech schnell planen lässt.

Dim Kuzmenko
Mitgründer, Maverick Frame Studio

DER EINSTIEG

Ihre Plattform ist das Material. Erst vorbereiten.

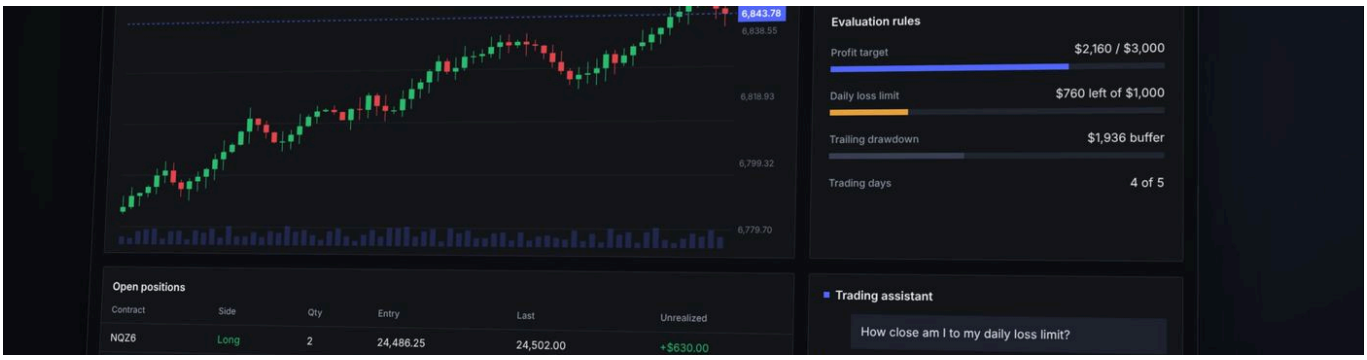
Eine YouTube-Anzeige für eine Trading-Plattform, einen Broker oder eine Fintech-App entsteht aus dem Produkt selbst. Bevor ein Skript geschrieben wird, braucht das Studio die Screens, die Daten, die darauf erscheinen dürfen, und die Formulierungen, die Ihre Compliance freigegeben hat. Die meisten Verzögerungen bei Plattform-Anzeigen beginnen hier, nicht in der Animation.

Was vor dem ersten Gespräch bereitliegen sollte

- [ ] **Bildschirmaufnahmen** der Abläufe, die Sie zeigen wollen, in voller Auflösung, oder ein **Testkonto**, das wir selbst aufnehmen können
- [ ] **Demokonten** mit realistischen Demo-Salden, Positionen und Historie, damit nie Kundendaten ins Bild kommen
- [ ] **Brand Guide und Designdateien**: Figma oder ein UI-Kit, Schriften, Logodateien und Farben
- [ ] **Freigegebene Aussagen**: die Aussagen und Zahlen, die das Marketing verwenden darf, jeweils mit Quelle und Datum
- [ ] **Risikohinweis** von Ihrer Compliance- oder Rechtsabteilung, für jeden Markt und jede Sprache
- [ ] **Kanäle und Längen**: wo die Anzeige läuft und welche Fassungen Sie brauchen
- [ ] **Freigaben**: wer Skript, Style Frames und finalen Schnitt abnimmt

Das Produkt aufnehmen, kein Live-Konto

Nehmen Sie die Plattform von Anfang an in einer Demo- oder Testumgebung auf. Eine Aufnahme aus einem Live-Konto muss Bild für Bild geprüft werden, und was durchrutscht, landet in jeder Fassung.



Dashboard einer Trading-Plattform aus einer Konzept-Anzeige von Maverick Frame Studio. Alle Zahlen sind Demodaten.

DIE ÜBERSICHT DER FASSUNGEN

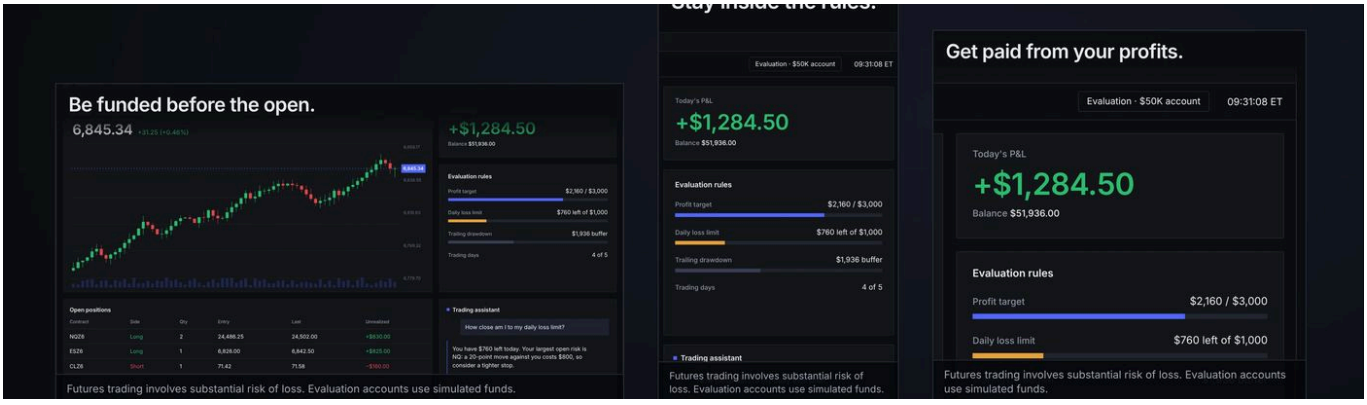
Ein Master, fünf Fassungen

Planen Sie die Anzeige als einen Master-Schnitt mit einer Reihe von Kurzfassungen. Jede Fassung hat genau eine Aufgabe und wird für ihre Länge geschnitten, statt aus der langen Version gekürzt, damit der Hook in den ersten Sekunden sitzt.

FASSUNG	WO SIE LÄUFT	IHRE EINE AUFGABE
6 s, 16:9	YouTube-Bumper-Anzeigen	Ein Versprechen und die Marke. Keine Feature-Tour.
15 s, 16:9 und 9:16	YouTube In-Stream, Shorts, Reels	Ein Hook, eine Funktion und der Call to Action.
30 s, 16:9 und 9:16	YouTube In-Stream, TikTok, Connected TV	Das Problem, zwei Funktionen, ein Beleg und der Call to Action.
60 s, 16:9	YouTube, Website, Landingpages	Die ganze Geschichte der Plattform, mit dem Risikohinweis im Bild.
Beliebige Länge, 9:16	Shorts, Reels, TikTok, Stories	Ein vertikaler Schnitt mit Untertiteln und Freiflächen für die Buttons der Plattform.

Planen Sie, wo der Risikohinweis steht

Reservieren Sie im Storyboard in jedem Format ein Band oder eine Endtafel für den Risikohinweis. Nachträglich eingefügt, verdeckt er entweder die Oberfläche oder wird zusammengequetscht, und beides ist schlechter als eine Planung von Anfang an.



Eine Anzeige in 16:9, 9:16 und 1:1, jeweils mit einer Zeile Risikohinweis. Konzept von Maverick Frame Studio.

IM BILD

Was Sie zeigen und was Sie mit der Compliance klären

Eine Plattform-Anzeige wird zweimal beurteilt: vom Zuschauer und von Ihrer Compliance. Stimmen Sie die Liste unten vor dem Storyboard ab, dann wird die Prüfung am Ende zur Kontrolle statt zur Neufassung.

	MEIST UNPROBLEMATISCH	VORHER MIT DER COMPLIANCE KLÄREN
01	**Ihre Oberfläche mit Demodaten**	Jeder echte Name, Kontostand, jede Kontonummer oder Position. Ersetzen Sie sie durch Demodaten.
02	**Wie eine Funktion Schritt für Schritt arbeitet**	Gewinn-, Rendite- oder Auszahlungszahlen und jedes Beispiel für ein Ergebnis.
03	**Die Regeln eines Kontos oder einer Challenge, so wie Sie sie veröffentlichen**	Wörter wie garantiert, risikofrei, schnelles Geld oder sofortiger Gewinn.
04	**Marktdaten aus einer öffentlichen Quelle, mit Datum**	Die Performance eines echten Kontos oder eines echten Traders.
05	**Menschen und Umgebungen rund um das Produkt**	Testimonials, Influencer und alles, was wie eine Anlageberatung wirkt.

Wer über die Formulierung entscheidet

Wir sind ein Videostudio. Wir setzen die Formulierungen ein, die Ihre Compliance- oder Rechtsabteilung freigibt, in jeder Sprache und Version, und wir geben keine rechtliche oder regulatorische Beratung. Die Regeln unterscheiden sich je nach Markt: Verstehen Sie diese Liste als Beginn dieses Gesprächs, nicht als Urteil.

Demodaten, gekennzeichnet

Salden, Kurse und Ergebnisse, die Demodaten sind, dürfen das im Bild sagen. Es kostet eine Zeile und erspart eine Frage.

Quelle und Datum

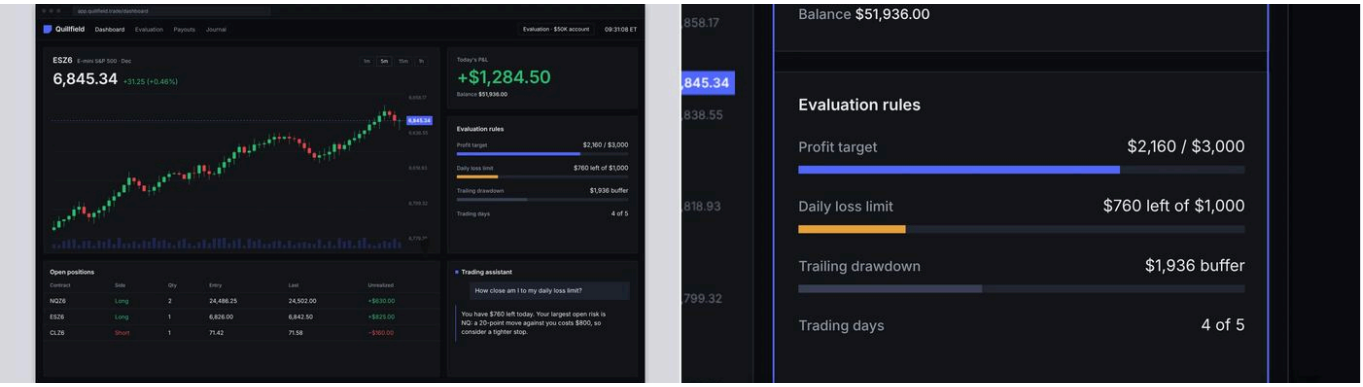
Eine Marktzahl im Bild trägt ihre Quelle und ihr Datum, damit Zuschauer und Prüfer sie nachvollziehen können.

DAS MATERIAL WÄHLEN

Aufnahme, Nachbau oder KI-Shot?

Die meisten Plattform-Anzeigen mischen drei Arten von Material. Wer pro Szene statt pro Film entscheidet, hält das Produkt dort exakt, wo es zählt, und spart Zeit, wo nicht.

	BILDSCHIRMAUFNAHME	NACHGEBAUTER SCREEN	KI-SHOT
Ideal für	Produktdemos und Onboarding-Clips	Hero-Momente, Charts und Zahlen, die scharf bleiben müssen	Menschen, Orte und Stimmungen rund um das Produkt
Basis	Ihre Aufnahme oder unsere, bereinigt	Ihre Designdateien oder die Aufnahme, als Ebenen neu gezeichnet	Ein Briefing und Referenzen; die Oberfläche kommt im Compositing dazu
Nach einem Release	Den Ablauf neu aufnehmen	Die geänderte Ebene anpassen	Bleibt meist, wie es ist
Achten auf	Live-Daten, Benachrichtigungen, unruhigen Cursor	Exakte Übereinstimmung mit dem Live-Produkt	KI darf nie die Oberfläche selbst erzeugen



Eine rohe Bildschirmaufnahme neben demselben Screen, als Anzeigen-Frame nachgebaut. Konzept von Maverick Frame Studio.

Immer echte Screens

Egal in welcher Mischung: Die Oberfläche im Bild kommt von Ihrer Plattform. Wer sich anmeldet, soll das Produkt vorfinden, das er in der Anzeige gesehen hat.

DAS BRIEFING

Zwölf Fragen für das Briefing

Beantworten Sie diese Fragen in einer E-Mail und hängen Sie eine Bildschirmaufnahme oder ein paar Screens an. Das reicht, um die Anzeige zu planen, die Fassungen aufzulisten und ein Angebot vorzubereiten.

	FRAGE	WAS WIR WISSEN MÜSSEN
01	**Ziel**	Was soll ein Zuschauer nach der Anzeige tun: eine Challenge starten, ein Konto eröffnen, eine Demo buchen?
02	**Zielgruppe**	Für wen ist sie: Futures-, Forex- oder Krypto-Trader, Privatkunden, Institutionen, Partner?
03	**Märkte**	Welche Länder und Sprachen, und braucht jeder Markt einen eigenen Risikohinweis?
04	**Kanäle**	YouTube In-Stream, Shorts, Reels, TikTok, die Website, ein Sales Deck?
05	**Fassungen**	Welche Längen und Formate: 6, 15, 30 oder 60 Sekunden; 16:9, 9:16 oder 1:1?
06	**Material**	Bildschirmaufnahmen, ein Testkonto oder beides, und wer richtet die Demodaten ein?
07	**Die eine Funktion**	Welche Funktion oder welcher Moment verkauft die Plattform am besten?
08	**Aussagen**	Welche Aussagen und Zahlen sind freigegeben, und was sind ihre Quellen?
09	**Risikohinweis**	Wer schreibt den Risikohinweis, und wie lange muss er im Bild stehen?
10	**Marke**	Brand Guide, Figma oder UI-Kit, Schriften, Logodateien und Tonalität?
11	**Ton**	Sprecher oder keiner, welcher Akzent, welche Art von Musik?
12	**Freigaben und Termine**	Wer gibt Skript, Style Frames und finalen Schnitt frei, und wann ist der Launch?

WEITER

Schicken Sie uns die Antworten und eine Aufnahme

Antworten auf die zwölf Fragen, eine Bildschirmaufnahme oder ein Test-Login und Ihre Markendateien, in welchem Zustand auch immer. Wir antworten mit der Anzeige, die wir machen würden, den Fassungen, die sie braucht, und einem Angebot, als Antwort per E-Mail, nicht als Verkaufsgespräch.

Das Kontaktformular	maverickframe.com/contacts/
Fintech-Video	maverickframe.com/de/loesungen/fintech-videoproduktion/
Oder einfach	auf die E-Mail antworten, mit der dieser Leitfaden kam.

Geschrieben von den Leuten, die diese Anzeigen bauen

Dim Kuzmenko ist Mitgründer von Maverick Frame Studio. Die Checklisten in diesem Leitfaden sind die Fragen, die wir vor jedem Plattform-Video stellen. Preise stehen hier keine: Jede Plattform-Anzeige wird für ihren genauen Umfang kalkuliert.