

Nutzergenerierte Inhalte

Englisch: User-Generated Content

PRODUKTION

Film- oder Videomaterial, das Zuschauer selbst drehen und online teilen — meist Clips, Remixe, Reaktionsvideos. Markenkanalinhalt ohne Studiosicherheit.

Nutzergenerierte Inhalte verändern seit etwa 2010 die Produktionsrealität grundlegend — nicht als künstlerische Ausnahme, sondern als alltägliche Konkurrenz im Vertrieb. Was früher Hobbyfilmer im stillen Kämmerlein taten, passiert jetzt öffentlich, viral und mit echten Budgets dahinter. Spürbar wird das spätestens, wenn ein Studio-Spot neben einem 20-Sekunden-TikTok-Clip verschwindet, weil der Algorithmus den ungeschliffeneren Content bevorzugt. Die Praxis unterscheidet hier scharf: Echt nutzergeneriert sind Zuschauer-Reaktionen, Fan-Remixe oder spontane Handy-Videos mit Hashtags — oft chaotisch, unbearbeitet, emotional pur. Branded UGC hingegen ist das, was Marketing-Abteilungen als UGC bezeichnen, während sie Influencer bezahlen, um so zu tun, als würden sie aus dem Publikum kommen. Der Unterschied liegt in der Authentizitäts-Wahrnehmung, nicht der Herkunft. Erkennbar wird das am Set daran, dass echte UGC-Kampagnen oft keine Beleuchtung, keine Lichttechniker und keine Color-Grade brauchen — das ist der Selling Point. Für Produktionen heißt das konkret: Entweder wird bewusst im UGC-Stil gedreht — flache Schärfe, natürliches Licht, digitales Rauschen akzeptierend, handheld oder statisch-unbeholfen — oder die Produktion sperrt sich dagegen und liefert Broadcast-Quality, während der Client heimlich einen TikTok-Creator parallel bucht. Viele Agenturen haben gelernt, dass hochglanzpolierte Werbung unter 30 Jahren schlecht konvertiert. Das Gegenteil funktioniert: iPhone-Ästhetik, Doku-Stil, fehlerhafte Schnitte, ungestylte Talente. Das ist der Authentizitäts-Bias der Algorithmen. Praktisch bedeutet das für die Crew: Schnellere Drehzeiten (weil weniger Setup), kleinere Teams, höhere Beweglichkeit. Gleichzeitig ist ein neues Gespür gefragt — relevant ist, was 16-Jährige auf Snapchat für glaubwürdig halten, nicht was die Kunstschule lehrt. Cross-Reference zu Hyper-Realismus und Cinéma-Vérité -Techniken, aber ohne deren dokumentarischen Anspruch. UGC ist oft bewusst artifizielle Authentizität — das ist der Kniff, und deswegen funktioniert es.

FilmFarm - filmfarm.de/c/user-generated-content