Zentrum
für Lernen
und Innovation



FernUniversität in Hagen

Videoproduktion – ohne und mit KI

ZLI EduTechTalk

Alexander Sperl, Judith Weiß
Zentrum für Lernen und Innovation (ZLI)
10.11.2026

Agenda

- Wirkung KI-generierter Videos
- Angebotsportfolio Videoproduktion
- Diskussion



Wirkung KI-generierter Videos

- Literaturrecherche mit ChatGPT Pro
- 9 Studien und Metastudien
- KI-generierte Videos und angrenzende Gebiete
- Tendenzen eher als Evidenzen
- junges, hochdynamisches Forschungsfeld
  → Momentaufnahme



Wirkung KI-generierter Videos

	Bereich	Forschungsstand	Literatur
+	**Lernerfolg**	Lernergebnisse sind bei KI-generierten und menschlich produzierten Videos gleich gut.	Netland et al. (2025) Reichert et al. (2026)
–	**Nutzendenerlebnis**	Menschliche Präsentierende werden subjektiv als angenehmer wahrgenommen als KI-Avatare.	Netland et al. (2025) Reichert et al. (2026) Lind (2025)
+	**Soziale Präsenz**	Gut gestaltete menschliche bzw. soziale Signale von Avataren können Aufmerksamkeit, Motivation und Lernprozesse unterstützen.	Zhang et al. (2025)
–	**Uncanny-Valley-Effect**	Kleine Abweichungen in Mimik, Bewegung, Stimme oder Lippensynchronität können Irritation und Distanz erzeugen.	Scaffidi Abbate et al. (2025) Liu et al. (2026)
–	**Vertrauen und Glaubwürdigkeit**	Wahrgenommene Künstlichkeit und sichtbare Fehler können Glaubwürdigkeit reduzieren. Hoher Realismus kann dagegen das Vertrauen steigern – auch bei synthetischen Inhalten.	Lind (2025) Liu et al. (2026) Hu & Huang (2025)
+	**Beeinflussung**	Inhalte in Deepfakes können Urteile beeinflussen, selbst wenn Betrachtende vorher darauf hingewiesen werden, dass das Video künstlich erzeugt wurde.	Clark & Lewandowsky (2026) Spearing et al. (2026)
–	**Unsicherheit gegenüber Medien**	Die Existenz synthetischer Videos kann Zweifel daran fördern, ob Videos überhaupt noch als authentische Belege gelten können.	Vaccari & Chadwick (2020)

Beispiele mit Synthesia



- Grundlage: Foto, Audiodatei Stimme
- Hintergründe aus Vorlage
- Sprechtext separat generiert



- Grundlage: Avatar „Dozentin an einer Hochschule“
- Stil, Sprechtext, Videoeinspieler, Textelemente und Animationen in Synthesia generiert

Videos ohne und mit KI – Anspruchshaltung?



- Grundlage: Sprechtext
- Produktion: Synthesia
- Darstellung: Gezeichneter Avatar und Hintergrund aus Baukasten (=Prompt)

Create a modern, innovative and engaging animated video based on the three sections described below.

CRITICAL SCRIPT RULE — MUST BE FOLLOWED EXACTLY

The text provided for each section is the **EXACT and IMMUTABLE voiceover script**.
You MUST:

- speak every word exactly as written
- include the complete text
- preserve the exact wording and order
- preserve all sentences
- preserve the meaning and wording exactly

You MUST NOT:

- omit anything
- shorten anything
- summarize anything
- paraphrase anything
- rewrite anything
- simplify anything
- correct anything
- add anything
- invent any additional spoken content
- add introductions, conclusions, transitions or commentary
- repeat any sentence or phrase

Do not change the voiceover text under any circumstances.
The three sections below together form the complete audio track of the video. The audio must contain **only these exact texts and nothing else**.

SECTION 1 — AI AVATAR

For the first section, use an AI avatar as the presenter.
The avatar should look like a **35-year-old student at a German distance-learning university**. Avoid stereotypes or clichés associated with students. The person can have a contemporary, alternative, open-minded and socially conscious appearance. The overall impression should be authentic, intelligent, approachable and modern.
The avatar should directly address the viewer and speak the following script **EXACTLY as written**.
Do not change, shorten, paraphrase or add anything to this text:

EXACT VOICEOVER SCRIPT — SECTION 1:

"Hallo, ich bin Mika, dein virtueller Lernbegleiter auf dem Campus der FernUni und ich stelle dir unser Leitbild in sechs Keywords vor.
Die FernUniversität in Hagen ist die **führende digitale Universität** im deutschsprachigen Raum.
Ihr zentrales Anliegen ist Bildungsgerechtigkeit. Mit ihrem innovativen, flexiblen und inklusiven Studienmodell eröffnet sie **individuelle Bildungswege** und verbindet universitäre Bildung mit gesellschaftlicher Verantwortung.
Als wissenschaftliche Einrichtung ist die FernUniversität der Einheit von Forschung und Lehre verpflichtet. Sie strebt nach Exzellenz – an ihren Fakultäten und in den **interdisziplinären Forschungsschwerpunkten** sowie in allen unterstützenden Bereichen."

Visual direction for Section 1

Keep the avatar as the main visual focus.
The presentation should feel like a contemporary university environment, but avoid generic corporate stock-video aesthetics.
You may creatively design the environment, camera framing, lighting, avatar styling and subtle background animation.
The bold keywords in the script may be visually emphasized if appropriate, but **do not alter the spoken text**.

SECTION 2 — ABSTRACT ANIMATED SEQUENCE

For the second section, **do not use an avatar**.
Instead, create a visually compelling animated sequence using modern motion design, symbols, visual metaphors, typography, shapes, icons and other appropriate animation techniques.
The visual language should feel:

- modern
- innovative
- intelligent
- contemporary
- engaging
- academically credible
- visually coherent with a forward-looking digital university

Use clear visual symbols and animations to represent the **bold keywords** in the script.
On-screen text may be used where it improves understanding and visual impact.
However, any on-screen text is optional and must never replace or modify the spoken voiceover.
The voiceover for this entire section must be **EXACTLY** the following text:
EXACT VOICEOVER SCRIPT — SECTION 2:
"Sie ist Impulsgeberin für Innovationen in der **Hochschullehre** und zählt weltweit zu den herausragenden Institutionen in der Erforschung der digitalen Transformation der Hochschulbildung.
Die FernUniversität setzt sich aktiv und nachdrücklich für eine freiheitliche Demokratie ein.
Die FernUniversität ist regional verwurzelt, bundesweit präsent und global vernetzt. Durch **Kooperationen mit Wirtschaft und Gesellschaft** fördert sie den Wissenstransfer, schafft Chancen und stärkt die Gemeinschaft. Als aktives Mitglied in der **europäischen Allianz** der Fernuniversitäten orientiert sie sich an internationalen Qualitätsstandards und gestaltet die Zukunft der Fernlehre in Europa mit."

Visual freedom

You have creative freedom to determine how the animation visually communicates this section.
Use your own creative judgment to develop compelling visual metaphors for concepts such as:

You have creative freedom to determine how the animation visually communicates this section.
Use your own creative judgment to develop compelling visual metaphors for concepts such as:

- digital higher education
- innovation
- democracy
- regional, national and global connections
- cooperation between universities, business and society
- European collaboration
- international quality
- the future of distance learning

Avoid cliché imagery wherever possible. Prefer sophisticated, contemporary motion design over generic stock imagery.

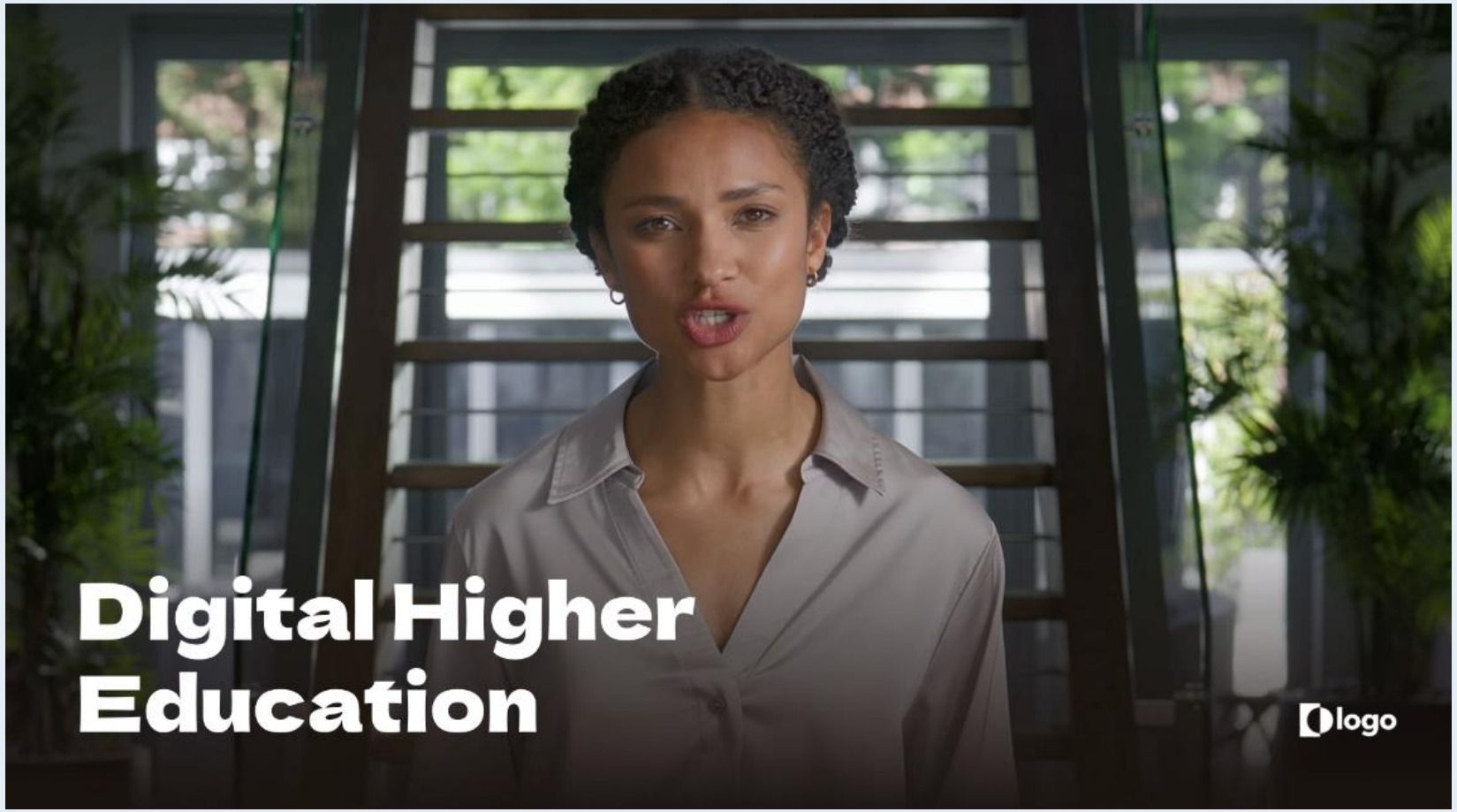
SECTION 3 — CREATIVE VISUAL INTERPRETATION

For the third section, there are **no predefined visual requirements**.
Use your creative judgment to develop an original and visually compelling sequence that fits the meaning and tone of the voiceover.
You may use animation, visual metaphors, typography, symbols, abstract imagery, environments, transitions or other creative techniques.
The visual style should remain coherent with the first two sections and maintain a modern, innovative and intellectually engaging aesthetic.
However, the voiceover text is **NOT subject to creative interpretation**.
It must be spoken **EXACTLY as written below**.
EXACT VOICEOVER SCRIPT — SECTION 3:
"Nachhaltigkeit ist ihr strategischer Kompass und in allen Kernbereichen fest verankert. Die FernUniversität handelt **ressourcenschonend** und zukunftsorientiert.
Lehrende, Studierende, Mitarbeitende, Alumni sowie weitere unterstützende und nahestehende Personen bilden eine **akademische Gemeinschaft** des lebendigen Austauschs, der engagierten Zusammenarbeit und der gemeinsamen Verantwortung für die Hochschulbildung der Zukunft."

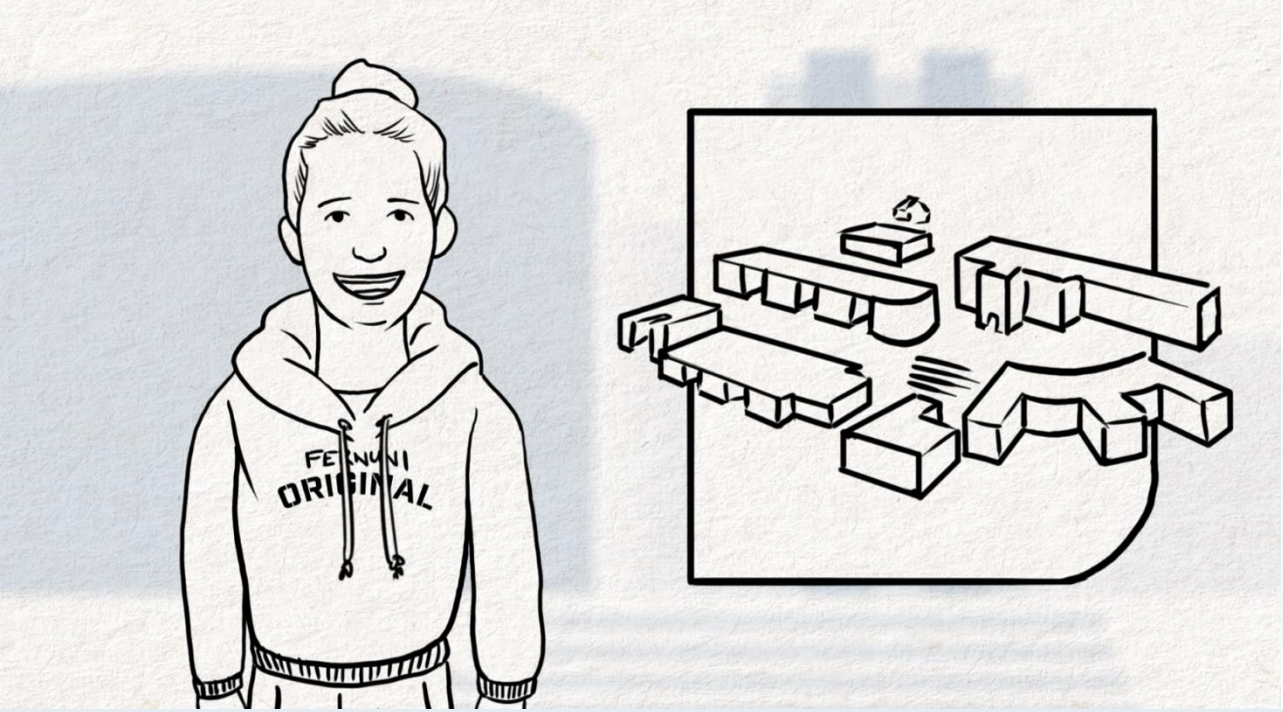
GLOBAL VIDEO RULES

The three sections should feel like **one coherent, professionally produced animated video**.
Use creative visual storytelling, modern transitions and a consistent visual language.
You have **high creative freedom for the visuals**.
You have **zero creative freedom for the voiceover text**.
The voiceover is locked.
NEVER change the voiceover. NEVER add spoken words. NEVER remove spoken words. NEVER paraphrase. NEVER summarize.
The complete audio track must consist exclusively of the three exact scripts provided above, in exactly this order.
The visual interpretation can be creative. The spoken content cannot.

Aktueller Stand mit Synthesia

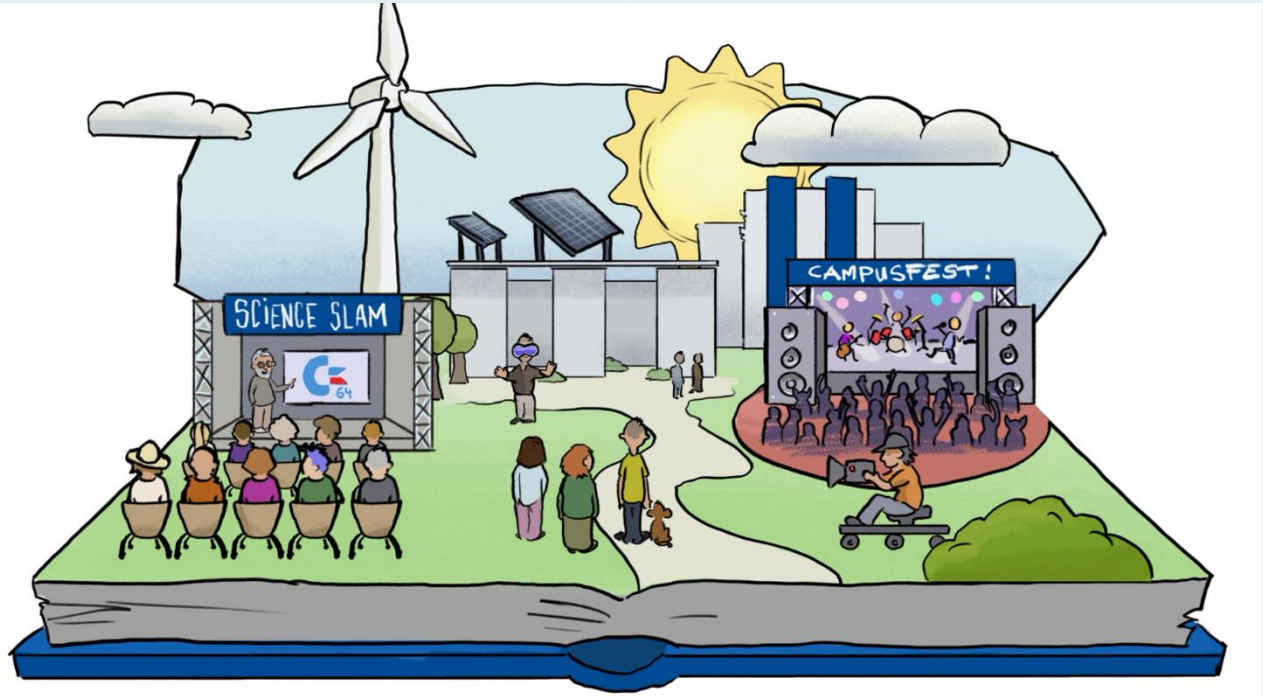


- Grundlage: Detaillierter Prompt (KI unterstützt)
- Produktion: Synthesia
- Darstellung: Mix (≠ Prompt)


FERNUNI
ORIGINAL






SCIENCE SLAM
CAMPUSFEST!

Tests mit Synthesia - Möglichkeiten und Schwierigkeiten

- KI Avatare als Doubles
- KI Avatare als Characters
- KI Avatare als nonhumans
- Mögliche Usecases
- Mögliche Workflows
- Möglichkeiten der Weiterverarbeitung durch die Profis

Literatur

Clark, S. & Lewandowsky, S. (2026). *The continued influence of AI-generated deepfake videos despite transparency warnings.* Communications Psychology, 4, 13. Nature

Lind, S. J. (2025). *Can AI-powered avatars replace human trainers? An empirical test of synthetic humanlike spokesperson applications.* Journal of Workplace Learning, 37(1), 19–40. DOI: 10.1108/JWL-04-2024-0075. DOI

Liu, J., Sun, Y. & Xiao, K. (2026). *Psychological mechanisms linking AI hallucinations to user trust and behavioral intentions toward AI-generated videos.* Frontiers in Psychology, 17. DOI: 10.3389/fpsyg.2026.1781974. Frontiers

Netland, T., von Dzengelevski, O., Tesch, K. & Kwasnitschka, D. (2025). *Comparing human-made and AI-generated teaching videos: An experimental study on learning effects.* Computers & Education, 224, 105164. DOI: 10.1016/j.compedu.2024.105164. DOI

Reichert, M., Jungmann, T., von Jan, U. & Albrecht, U.-V. (2026). *Learning Gain and User Experience of AI Avatar–Based and Human-Presented Explainer Videos.* JMIR Formative Research, 10, e90037. DOI: 10.2196/90037. JMIR Formative Research

Scaffidi Abbate, C., Taddeo, L. & Di Nuovo, S. (2025). *Humanoid interfaces in artificial intelligence-based language learning devices: Possible 'Uncanny Valley' effects?* Acta Psychologica, 256, 104997. DOI: 10.1016/j.actpsy.2025.104997. ScienceDirect

Spearing, E. R. et al. (2026). *Credibility attacks do not enhance the impact of deepfake warnings.* Scientific Reports. DOI: 10.1038/s41598-026-64243-y. Nature

Vaccari, C. & Chadwick, A. (2020). *Deepfakes and Disinformation: Exploring the Impact of Synthetic Political Video on Deception, Uncertainty, and Trust in News.* Social Media + Society. DOI: 10.1177/2056305120903408.

Zhang, S. et al. (2025). *Effects of social cues of artificial intelligence-powered pedagogical agents: A multilevel meta-analysis.* Educational Research Review, 49, 100746. ScienceDirect

FernUniversität
in Hagen



FernUniversität in Hagen

Kontakt

Zentrum für Lernen und Innovation

Alexander Sperl
alexander.sperl@fernuni-hagen.de

Judith Weiß
digitale-medien@fernuni-hagen.de

fernuni.de/zli



FernUniversität in Hagen