

movingimage: So klappt's mit den Unternehmensvideos

Der Spezialist für Enterprise-Video-Management movingimage gibt Tipps zur erfolgreichen Produktion von Unternehmensvideos. Videos sind aus der Unternehmenskommunikation nicht mehr wegzudenken. Am Anfang ihres erfolgreichen Einsatzes steht aber die richtige Produktion. movingimage erläutert, worauf es dabei zu achten gilt.

1. Bei Corporate Videos müssen Profis ran Corporate Videos, in denen ein Unternehmen sich nach außen präsentiert, müssen professionell sein. Oft spielen Unternehmen mit dem Gedanken, solche Videos selbst aufzunehmen, weil sie dann vermeintlich authentischer wirken. Lockerheit und Authentizität müssen aber aktiv hergestellt werden – und das können nur Profis. Deshalb sollte die Produktion an spezialisierte Dienstleister ausgelagert werden.

2. Nicht am falschen Ende sparen

Bei der Auswahl des Dienstleisters locken viele so genannte "VJs" – Einzelpersonen, die zu günstigen Preisen alles übernehmen. Für professionelle Videos braucht es aber unterschiedlichstes Spezial-Know-how. Ein guter Kameramann ist selten auch ein guter Cutter oder Moderator. Deshalb gilt: auf ausreichende Spezialisierung beim Dienstleister achten und nicht nur auf die Kosten schauen. Sonst drohen Videos nach Schema F.

3. Weniger ist mehr

Wird ein Video über das eigene Unternehmen produziert, ist die Versuchung groß, möglichst alles über die Firma hineinzupacken: die Geschichte, alle Standorte, Statements der Geschäftsführung, Auszeichnungen, Gleichberechtigung, Diversity und, und, und. Damit werden die entscheidenden Messages aber verwässert und kommen beim Zuschauer nicht an. Dann lieber mehrere kurze Videos zu den unterschiedlichen Themen.

4. Employee Generated Content unterstützen Geht es um Videos für die interne Kommunikation, sollten Unternehmen ihren Mitarbeitern unbedingt erlauben, diese mit ihren Smartphones selbst aufzunehmen. Kurze Filmschnipsel, mit denen sich Mitarbeiter im Intranet oder über soziale interne Netzwerke austauschen, müssen nicht perfekt ausgeleuchtet sein und benötigen auch keine redaktionelle Struktur. Viel wichtiger: Wenn die Mitarbeiter sie selbst aufnehmen, fördert das ihr Engagement ganz erheblich.

5. Der Ton macht die Musik

Auf eines jedoch sollten Unternehmen bei diesen Mitarbeitervideos unbedingt achten: Die Geräte der Mitarbeiter liefern in der Regel zwar eine gute Bildqualität, auf ihre Mikrofone ist aber oft kein Verlass. Und wenn nicht alles deutlich zu verstehen ist, wird der Informationsfluss gekappt. Deshalb empfiehlt es sich, den Mitarbeitern hochwertige Mikrofone zur Verfügung zu stellen, die sie an ihre Geräte anschließen können, und die für eine optimale Vertonung sorgen.

"Für Videos zur Außendarstellung gelten völlig andere Gesetze als für Employee Generated Videos", sagt Mark Schlossarek, Leiter des Videoproduktions-Teams von movingimage. "Erstere verlangen höchste Professionalität und damit auch eine entsprechende Vorbereitung. Zweitere dagegen können den gewünschten Effekt überhaupt nur dann erzielen, wenn Mitarbeiter sie jederzeit selbst völlig spontan, unkompliziert und zwanglos aufnehmen."



Weiterführende Informationen:

- Über die Videoproduktion bei movingimage: <https://www.movingimage.com/filmproduktion>
- Der internationale Recyclingspezialist ALBA Group bietet ein gutes Beispiel für ein professionell produziertes Corporate Video: <http://bit.ly/2I76AY8>

Pressekontakt:

Dr. Caroline Harth
Telefon: +49-30-330-9660-714
E-Mail: caroline.harth@movingimage.com

Unternehmen

MovingIMAGE24 GmbH
Stralauer Allee 7
10245 Berlin

Internet: www.movingimage.com

Über MovingIMAGE24 GmbH

movingimage mit Hauptsitz in Berlin und Niederlassungen in Tokio und New York ist mit dem VideoManager Pro der führende Anbieter von Enterprise-Video-Plattformen für international tätige Unternehmen. Mit der cloudbasierten Lösung von movingimage können Unternehmen

sämtliche Videos für Kunden, Partner und Mitarbeiter effizient zentral verwalten und in bester Qualität auf jedes beliebige Endgerät streamen. Die Plattform fügt sich nahtlos in vorhandene IT-Landschaften aus Systemen für Content-, Digital-Asset- sowie Produktinformations-Management ein und gewährleistet höchste Sicherheitsstandards. Zu den Kunden von movingimage zählen über 500 Unternehmen, darunter 20 DAX-Konzerne wie Volkswagen, Allianz und Bayer.

Pressekontakt:

Markus Schaupp

Telefon: +49-89-59997-804

E-Mail: markus.schaupp@pr-com.de

Unternehmen

PR-COM Beratungsgesellschaft für strategische Kommunikation mbH

Sendlinger-Tor-Platz 6

80336 München

Internet: www.pr-com.de