Veröffentlicht auf Presseportal Schweiz - Presse und Medienmitteilungen (https://www.presseportal-schweiz.ch)

09.12. 2010

Mit authentischen Imagevideos bei potentiellen Mitarbeitern punkten

Von TamaraFrast



Bild Rechte
kununu

Wien, 9. Dezember 2010: Immer mehr Unternehmen setzen Imagevideos ein, um ihre Botschaften zu transportieren. Auch die Personalabteilungen setzen verstärkt auf bewegte Bilder, um neue Mitarbeiter zu rekrutieren. Anstelle von trockenen, in Hochglanzoptik produzierten Sequenzen sollten die Filme Emotionen wecken und authentische Eindrücke vermitteln, empfiehlt Martin Poreda von kununu, der größten Arbeitgeber-Bewertungsplattform im deutschsprachigen Raum.

Imagefilme sind bereits seit vielen Jahren ein beliebtes Instrument von Unternehmen. Die Produktion ist zeit- als auch kostenintensiv, der Nutzen wurde schon mehrfach diskutiert. Zum Einsatz kamen die Videos lediglich bei Veranstaltungen wie Messen

oder Präsentationen, mit Aufkommen des Internets wurden die Videos in die Unternehmens-Websites integriert. „Web 2.0 macht es möglich, dass mit Videoportalen wie YouTube Imagevideos eine Renaissance erleben. Für viele Firmen scheint es verlockend, dass man scheinbar zum Nulltarif elektronische Werbung fürs Unternehmen machen kann“, erläutert Martin Poreda, Co-Gründer und Geschäftsführer der kununu GmbH. Neben klassischen Imagevideos kommen verstärkt Jobvideos zum Einsatz, mit denen Unternehmen neue Mitarbeiter rekrutieren möchten.

Karrierevideos: Erfolgsfaktor Glaubwürdigkeit und Authentizität

Vor Produktion eines Image- oder Karrierevideos sollte vorab definiert werden: Was möchte ich mit dem Video erreichen? Wen möchte ich ansprechen? Wie erreiche ich meine Ziele bei meinen Zielgruppen? Martin Poreda: „Die Beantwortung dieser Fragen sollte als Richtlinie für den gesamten Film gelten, der persönliche Geschmack der jeweiligen Entscheidungsträger muss sich diesen Fragen unterwerfen. Auch wenn sich der Geschäftsführer mit einer klassischen Interviewsituation reinreklamieren möchte, sollte geklärt werden, ob das etwa dem Ziel, neue Auszubildende anzuwerben, dienlich ist.“ Zielführender wäre da etwa, wenn Azubis selbst ihre Tätigkeit beschreiben und ihren Arbeitsplatz vorstellen. Anstelle einer geschönten, „hollywood-reifen“ Atmosphäre, sollten Firmen Mut zur Authentizität beweisen: „Imagevideos sind dann erfolgreich und werden weiterempfohlen, wenn sie als sympathisch eingestuft werden. Mit einer persönlichen, glaubwürdigen Note wird das erreicht“, so Poreda. D.h. Mitarbeiter, die zu Wort kommen, sollen jene Kleidung tragen, in denen sie jeden Tag ins Büro kommen, anstelle von angeordneten Designeranzügen, in denen sie sich vielleicht nicht wohlfühlen. Auch von diversen Umbauten im Unternehmen wird abgeraten: Eine ordentliche, aber nicht klinisch-saubere Atmosphäre wirkt allemal ansprechender - weil glaubwürdiger.

Best Practices

Nachdem erfolgreiche Videos Glaubwürdigkeit vermitteln müssen, haben auch kleine und mittlere Firmen Chancen, sich abseits von teuren Hochglanz-Produktionen zu präsentieren. Anstelle von topprofessionellen Videos, die meistens eine nüchterne, kühle Atmosphäre vermitteln, können Firmen mit sympathischen Bildern punkten, die anstelle von Perfektion auf Emotionen achten. Mittlerweile hat sich bei einzelnen großen Unternehmen der Trend etabliert, bewusst verwackelte Videos zu schaffen, um Glaubwürdigkeit zu transportieren.

Der Verein Werkstätte Drahtzug mit Sitz in Zürich zeigt vor, worauf es ankommt: Diese für psychisch beeinträchtigte Menschen Institution vermittelt in ihrem Karrierevideo die Bedeutung von einer sinnstiftenden Tätigkeit und wirbt so neue Mitarbeiter an:
kununu.com/ch/all/ch/all/drahtzug/videos

Die Firma KPMG Schweiz lässt ihre Mitarbeiter als Protagonisten agieren, die in lockerer Art ihre Eindrücke zum Unternehmen schildern:
kununu.com/ch/all/ch/all/kpmg-schweiz/videos

Die Kantonspolizei Zürich sucht Berufsabsolventen, Matura- und Studienabgänger aller Fachrichtungen für den anspruchsvollen und vielseitigen Beruf des Polizisten. Hohe Beachtung finden Videos mit aktiver Moderation. Action und Spannung wird durch die aktive Moderation gefördert so dass es dem Betrachter nicht zu Langeweile verleitet.
kununu.com/ch/zh/zuerich/so/kantonspolizei-zuerich

Die Hilti Schweiz AG sucht aktuell Verkaufsprofis und bietet Live-Erlebnisse: Vom Geschäftsführer bis an die Verkaufsfront am POS. Authentisch, nah und glaubwürdig:
kununu.com/ch/all/ch/all/hilti/videos#info
Die besten Plattformen für Jobvideos
Ergänzend zu YouTube empfiehlt sich eine Präsenz auf ausgewiesenen Portalen mit Businessbezug. Die Arbeitgeber-Bewertungsplattform www.kununu.com wird nicht nur von karriereinteressierten Usern zur Arbeitgeber-Suche genutzt, sondern bietet auch Unternehmen eine optimale Plattform, um neue Mitarbeiter zu gewinnen. Die platzierten Karrierevideos erreichen direkt potentielle Mitarbeiter. Die vor kurzem gestartete Kooperation mit www.livejobs.ch, dem ersten Schweizer Videoportal für Jobs, Karriere und Firmenportraits, ist ein weiterer Schritt, Schweizer Arbeitnehmer als auch Unternehmen in ihren Karriereschritten via kununu zu unterstützen.

kununu: Die größte Arbeitgeber-Bewertungsplattform im deutschsprachigen Raum
kununu stammt aus der afrikanischen Sprache Suaheli und bedeutet „unbeschriebenes Blatt“. Die Plattform kununu.com bietet Arbeitnehmern in Deutschland, Österreich und der Schweiz die Möglichkeit, ihren Arbeitgeber anonym zu bewerten und dabei Verbesserungen anzuregen. Bewerber können auf kununu Arbeitgeber nach ihren individuellen Präferenzkriterien suchen und sich über sie informieren. Unternehmen nutzen die Plattform zur Steigerung der Bekanntheit als Arbeitgeber, innovatives Personalmarketing und zielgerichtetes Recruiting. kununu

wurde 2007 als eine der ersten Arbeitgeber-Bewertungsplattformen im deutschsprachigen Raum von Martin und Mark Poreda gegründet.

Über die Organisation:

kununu.com: Facts & Figures
Besucher pro Monat: Aktuell bis zu 1 Million
Seitenaufrufe pro Monat: Aktuell bis zu 2 Millionen
Bewertungen: 81.700
Bewertete Firmen: 34.387
Geschäftsführer: Unternehmensgründer Martin Poreda, Mark Poreda
Mitarbeiter: 10
Gegründet: Juni 2007
Rechtsform: GmbH
Stand: Dezember 2010

Pressekontakt:

Rückfragehinweis:
Tamara Katja Frast, Public Relations
kununu GmbH
Franz-Josefs-Kai 65/Top 15, 1010 Wien
Tel. +43 (1) 236 73 59-80, Fax. +43 1 253 30 33-2403
tamara.frast@kununu.com, www.kununu.com

Kategorie
IT & Software & Neue Medien

Source URL: *https://www.presseportal-schweiz.ch/pressemeldungen/authentischen-imagevideos-potentiellen-mitarbeitern-punkten*