

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/6344/1487509/videos-in-der-unternehmenskommunikation-aus-der-sicht-der-redaktionen-denken> abgerufen werden.

news aktuell GmbH

Videos in der Unternehmenskommunikation: "Aus der Sicht der Redaktionen denken"

05.10.2009 - 11:43 Uhr, news aktuell GmbH

Hamburg (ots) -

Die Nachfrage nach multimedialen Inhalten im Web ist im Vergleich zum letzten Jahr deutlich gestiegen, so die ARD/ZDF-Online-Studie 2009. Die dpa-Tochter news aktuell sprach mit Stefan Huber, Vorstand Marketing & Vertrieb der infotainweb AG: Wie sollten Unternehmen auf diesen Trend reagieren? Welche Videoinhalte sind besonders gefragt und worauf müssen Kommunikationsabteilungen bei der Produktion besonders achten. Die dpa-Tochter news aktuell produziert gemeinsam mit der infotainweb AG Video-Clips und verbreitet die Filme im Rahmen des Dienstes ots.Video an Medien und Öffentlichkeit.

62 Prozent aller Onliner rufen Videos ab oder schauen Fernsehsendungen im Internet. Im letzten Jahr waren es dagegen noch 55 Prozent, so die bundesweit repräsentative ARD/ZDF-Online-Studie 2009. Ähnliche Ergebnisse zeigt der aktuelle Medien-Trendmonitor von news aktuell. Mehr als die Hälfte aller befragten Journalisten geht laut Umfrage davon aus, dass zukünftig die Bedeutung von Videos für die Medienberichterstattung weiter zunehmen wird.

news aktuell: Herr Huber, warum sollte ein Unternehmen Videos in der Unternehmenskommunikation einsetzen?

Huber: Videos sind authentisch und emotional. Was man sieht, glaubt man, durch Videos können neue Zielgruppen erreicht werden. Drei von vier Internetusern in Deutschland konsumieren regelmäßig Videos. Interessant ist auch, dass 83% der deutschen Tageszeitungen bereits Videos zeigen. Auch in der Unternehmenskommunikation gewinnen Videos an Relevanz: Vier von zehn Unternehmen setzen Videos ein. Kein Zweifel, die Nachfrage nach Video-Content wird stark steigen, auch die nach PR-Videos.

news aktuell: Wie schnell kann man so ein Video produzieren?

Huber: In der Regel ist ein redaktioneller Beitrag innerhalb von einem Tag produziert. Jedenfalls setzen wir das an, denn über unser Netzwerk von über 250 Videojournalisten sind wir in Deutschland, Österreich und der Schweiz flächendeckend vertreten. Wir können sehr schnell reagieren, ohne die redaktionelle und auch technische Qualität aus den Augen zu verlieren.

news aktuell: Worauf sollte ein Unternehmen bei der Produktion besonderen Wert legen?

Huber: Im optimalen Fall produzieren Journalisten für Journalisten. Damit steigen für Unternehmen die Chancen, dass ein PR-Video auch wirklich von den relevanten Medien veröffentlicht wird. Unsere Videojournalisten und Redakteure sind gut ausgebildete Journalisten, arbeiten auch für große TV-Sender oder Online-Portale. Wir haben den Anspruch, dass unsere Beiträge Online aber auch im TV laufen können.

news aktuell: Aus Ihrer Sicht als TV- und Videojournalist - auf welche Inhalte sollte ein Unternehmen bei der Produktion eines Videos setzen?

Huber: Wenn es das Thema hergibt macht es Sinn, einen redaktionellen PR-Beitrag zu produzieren. Hier müssen wir immer aus der Sicht der Zielgruppe, also aus der Sicht der Redaktionen denken: Ist das Thema relevant und wenn ja, in welcher Form? Im Infotainment machen sicher unterhaltsame Beiträge Sinn. Wirtschaftsmedien hingegen wollen vor allem Interviews, die sie selbst in Beiträge einpflegen können. Von Pressekonferenzen kann man je nach Thema beides anbieten. Kleine Medien nehmen den Beitrag, größere Medien können das Rohmaterial benutzen und in die Beiträge einpflegen. Kurz: Idealerweise bieten wir Beiträge und Rohmaterial mit Interviews an, dies in Online- und TV-Qualität. Dann können alle Medien davon profitieren und die

Chancen steigen, dass die Botschaften eine Öffentlichkeit finden.

news aktuell: Welche Kostenfaktoren spielen bei der Produktion eine Rolle?

Huber: Der Faktor Zeit spielt hier eine besondere Rolle. Wie groß ist der redaktionelle Aufwand im Vorfeld der Produktion? Wie lange dauert der Dreh vor Ort? Wie aufwändig wird produziert? Wie lange dauern Schnitt, Texten und Vertonung und gibt es noch besondere grafische Elemente, die eingebaut werden sollen.

news aktuell: Was muss ein Unternehmen noch bedenken?

Huber: Es gibt einige rechtliche Fallstricke, die es zu beachten gilt. Beispielweise GEMA-Rechte: Nicht alle Portale und Verlage haben sich bereits mit der GEMA geeinigt, daher wird häufig mit GEMA-freier Musik gearbeitet. Auch tauchen häufig Fragen rund um das Nutzungs- oder Zitatrecht auf. Hier sind Profis gefragt, die die Kunden kompetent beraten.

Weitere Informationen zum Service ots.Video von news aktuell:

<http://www.newaktuell.de/pressearbeit/video.htx>

Ergebnisse Medien-Trendmonitor als Blätterkatalog:

www.newsaktuell.de/katalog/2009/MedienTrendmonitorSummary082009

Zur Person:

Der Schweizer Stefan Huber (32) ist ausgebildeter PR-Fachmann und TV-Journalist an der Bayerischen Akademie für Fernsehen. 2000 bis 2004 war er als CvD, Redakteur, Reporter und Zürich-Korrespondent (Radio & Online) bei Radio Top, Winterthur tätig. Im Anschluss wechselte er als Videojournalist für die kommenden 3 Jahre zur ProSiebenSat.1-Gruppe nach Unterföhring. Mit Max Jörg als Partner erfolgte 2007 die Gründung der infotainweb AG in Unterföhring.

Die infotainweb AG entwickelt für den stark wachsenden WebTV-Markt Geschäftsmodelle und neue Produkte und produziert über ein Netzwerk von über 250 Videojournalisten für Kunden aus allen Bereichen.

Weitere Informationen unter: www.infotainweb.com

@@infblk@@

Pressekontakt:

Pressekontakt:

news aktuell GmbH

Birte Arnold

PR-Managerin

Telefon: 040/4113 32772

arnold@newsaktuell.de

Originaltext:

news aktuell GmbH

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/6344/news-aktuell-gmbh>

Pressemappe als RSS:

http://presseportal.de/rss/pm_6344.rss2