

See. Feel. Stay.
Mit Videos
Mitarbeiter:innen
gewinnen und binden.

WHITE-PAPER



Karl Hacker
Gründer und Geschäftsführer

OFFBOARDING

- Sensibler Einsatz von Videos in dieser Phase
- Austritte transparent kommunizieren, um Gerüchte zu vermeiden
- Wertschätzender Abschied durch Vorgesetzte und Kolleg:innen via Video

ENGAGEMENT & RETENTION

- Videos zu Jubiläen / Anerkennung von Milestones
- Behind-the-Scenes-Vlogs
- Event-Recaps
- Interne Mini-Serien („Unsere Teams im Fokus“)
- Videostatements zu Strategie & Vision

DEVELOPMENT & LEARNING

- Selbstlernkurse mit Video-Modulen
- Leadership Messages / Change-Kommunikation
- Best-Practice-Videos von Kolleg:innen

ATTRACTION & RECRUITING

- Reels für Social Media (z. B. LinkedIn, Instagram, YouTube)
- Mitarbeiter:innen-Testimonials
- „Day in the Life“-Videos
- Image-Video
- Stellenanzeigen mit Video Content
- Karriereseiten mit Video-Elementen
- Active Sourcing mit Video Content

EMPLOYER BRANDING

Jeder Kontakt mit
den Mitarbeiter:innen per Video prägt das
Employer Branding.

APPLICATION & PREBOARDING

- Bewerbungsprozess erklärt per Video
- FAQs im Videoformat
- Videobotschaften des zukünftigen Teams, um Bewerber:innen trotz langer Kündigungsfristen bereits im Vorfeld ans Unternehmen zu binden

ONBOARDING

- Welcome-Videos (z. B. von CEO)
- Video-Tour durch Büro/zur Verwendung von Tools/zur IT-Applikationen
- Onboarding-Wiki mit Erklärvideos
- Kultur- & Wertefilm



- Inhaltliche Vorbereitung und Aufbereitung je nach Zielgruppe
- Mehrere Personen in das Video einbinden
- Raum mit Tiefe wählen
- Überlege: Quer- oder Hochformat? YouTube oder LinkedIn?
- Lächeln
- Mix aus Indoor- und Outdoor-Szenen
- Zielgruppengerechte Videoproduktion



- Schlechte Mikrofone, Kamera mit zu niedriger Auflösung, schlechtes Licht
- Keine Abstimmung der Kleidung mit anderen Teilnehmer:innen oder mit dem Hintergrund
- Gegen Licht filmen
- Zuviel Marketing-Sprech, keine echte Authentizität
- Monotone Aussagen, keine Story
- Viele Ähhhs und Ähmmms



Jobanzeigen mit Video erhalten bis zu 34 % mehr Bewerbungen als Anzeigen ohne Video.

Videos erhöhen die Verweildauer auf Karriereseiten um durchschnittlich 88 %.

82 % der Bewerber bevorzugen Unternehmen, die sich per Video vorstellen.

DID YOU KNOW?

Die Erinnerungsquote bei Video liegt bei bis zu 95 % gegenüber 10 % bei Text (nach 72 Stunden).

LinkedIn-Posts mit Video erzielen 3 x mehr Engagement als reine Textbeiträge.

82 % des Internet-Contents, den User sich ansehen, ist Video.

Video-Interviews sparen im Schnitt 30 – 50 % der Zeit im Bewerbungsprozess.