

# Audiovisuelle Inhalte

Audiovisuelle Inhalte sind ein wichtiger Teil von Corporate Publishing und Content Marketing. Einige Beispiele, von Mitgliedern des Forum Corporate Publishing vorgestellt.

Der Corporate-Publishing-Alltag ist längst crossmedial, von der Content Strategy bis zur Umsetzung. Die audiovisuellen Massnahmen gehören selbstredend dazu und sind zusehends vor allem auch auf Mobile ausgerichtet. In den besten Fällen sind die audiovisuellen (Teil)Projekte in eine übergreifende Content Strategy eingebettet. Der Realität und Authentizität verpflichtetes Bewegtbild gewinnt in jeder Branche an Wichtigkeit, wie vom Verband FCP beauftragte Studien belegen. Es gilt, nicht einfach nur guten audiovisuellen Content zu machen, der unter anderem die journalistischen Kriterien (Glaubwürdigkeit) erfüllt, sondern diesen im crossmedialen Kontext zu recherchieren und zu realisieren und die Distribution möglichst gut zu lösen. Dienstleister, die ausgewiesene Spezialisten von Corporate Publishing und Content Marketing sind und unter sich einen regen professionellen Know-how-Austausch pflegen, beherrschen dies am besten.

Dr. Viviane Egli, Vorstand Schweiz des Forum Corporate Publishing



Wir stehen erst am Anfang. Aber «the age of screens» hat unausweichlich begonnen. Smartphones, Tablets, Laptops brauchen bewegte Bilder. Und Stories. Sie funktionieren über Mitgefühl und menschliche Beziehungen zu Personen, denen man vertraut. Meine Studierenden wissen das. Sie gestalten, konzipieren und produzieren audiovisuellen Content für ein neues Medienzeitalter – «short stories for shared screens». Ich bin mir sicher, die Corporate-Publishing-Branche wird diesen Trend mitformen und ihn mit innovativen Kunden mitprägen.

Prof. Dr. Martin Zimmer, Leiter Cast/Audiovisuelle Medien  
Zürcher Hochschule der Künste



## Bauberger: Dynamisierte Case Studies

Für Bauberger aus Elgg ([www.bauberger.ch](http://www.bauberger.ch)), den Spezialisten für weltweite Industrierumzüge, entwickelt Swisscontent Case Studies, die auf der Website und im Youtube-Channel veröffentlicht werden. Um die Fallbeispiele zu dynamisieren und das Know-how sowie die Erfahrung der Mechanikprofis anhand konkreter Beispiele aufzuzeigen, werden zusätzlich Zeitrafferfilme erstellt. Mit überblickbarem Zusatzaufwand wird so die langwierige Verschiebung von schweren Objekten kurzweilig und in einem attraktiven Medium demonstriert. Damit erhalten die Case Studies eine zusätzliche Dimension und werden erlebbar – für Kunden sowie potentielle Mitarbeitende.

Swisscontent.ch



Direktlink zu den  
Case Studies



## Einbruchschutz von Fenstern im Vergleich

Räubergeschichten sind spannend und vermögen das Publikum seit jeher zu fesseln. Dass sie sich nicht nur im Märchen ereignen, erfahren in der Schweiz jedes Jahr rund 60000 Betroffene von Einbrüchen. Selbst Hausbesitzer mit neuen Fenstern wiegen sich oft in falscher Sicherheit. Aerni Fenster will für das Thema sensibilisieren und verstärkt seine Sicherheitsberatung.

Im Film lässt sich ein wirksamer Einbruchschutz am anschaulichsten darstellen. Auf der Landing Page Stoppeinbruch.ch stehen neben Videos noch weitere Informationen zum Thema Einbruchprävention zur Verfügung.

Baselwest.ch

## Audiovisuelles Story Telling wirkt

Bei der Umsetzung von Content-Marketing-Konzepten entsteht redaktioneller Content für die verschiedensten Medien und Kanäle. Dieser sollte zur Wirkungssteigerung audiovisuell gestaltet werden.

Der FoodTube Channel von Jamie Oliver etwa hat eine globale Reichweite. Der Trend-Koch wird dafür sogar noch gesponsert. Hierzulande sind die Kosten eines so umfangreichen audiovisuellen Content kaum zu finanzieren, daher empfiehlt Infel Corporate Media zur Steigerung der Wirkung die Anreicherung bestehender Kanäle mit audiovisuellen Elementen und hat dafür die geeigneten Plattformen entwickelt.

Infel.ch



Das responsive Online-Magazin von Infel  
Corporate Media

### BKW bewegt

Wie erklärt eine Organisation einem grossen Publikum wirksam, dass sie sich in einem tiefgreifenden Wandel befindet? Für die interne Präsentation der neuen Marke setzt die Energiedienstleisterin BKW auf Film und Tablet. Während auf dem Tablet in Skizzen aufgezeigt wird, wie die Marke aus der Unternehmensstrategie hervorgegangen ist und was sie leistet, evoziert der Film die neue Markenwelt. Positionierung und Facetten der Marke werden in Musik, Bildern und Worten für das Publikum erlebbar. Eine adaptierte Version des Films wird für die externe Kommunikation verwendet.

Process-group.com



### Audiovisuelles im Cross-Media-Reigen für Bystronic

Ekilstuna, schwedische Provinz Södermanlands: Ein kleines journalistisches Team installiert sich in der Produktionshalle des Metallbearbeitungsbetriebs, einem Kunden von Bystronic. Der Korrespondent aus Stockholm interviewt den Geschäftsführer vor der Bystronic-Laserschneidanlage – der schwedische Journalist, der Videograph und der Fotograf arbeiten konzentriert Hand in Hand. Das Thema: der konkrete Einsatz einer neuentwickelten Cluster-Technologie (Online-Service). Ein Kurzfilm für die Bystronic-Website und den Messestand an der «Euroblech» sowie Bild und Text fürs internationale Kundenmagazin BystronicWorld entstehen. Die gleiche Innovation «ByOptimizer» wird fast zeitgleich je von einem Primafila-Team in Wisconsin (USA) und in der Schweiz für dieselbe internationale B2B-Audience audiovisuell sowie für den Print nutzbringend dokumentiert.

Primafila-cp.ch



### Audiovisuell: Das Employer Branding der Helsana Gruppe

Mit über 1,8 Millionen Versicherten ist die Helsana-Gruppe die führende Krankenversicherung der Schweiz. Sie beauftragte Schreiermeier mit der Entwicklung und Umsetzung der Employer-Branding-Strategie. Audiovisuelle, auf Online-Kanäle ausgerichtete Massnahmen richten sich an potenzielle Mitarbeitende mit Aufrufen wie «Machen Sie uns verständlicher!» oder «Machen Sie uns effizienter!». Auf diese Weise bricht Helsana selbstbewusst mit der gewohnten Ansprache und macht potenziellen Bewerbern schon beim Erstkontakt ein Kompliment. Das Employer Branding von Helsana schafft Aufmerksamkeit und profiliert die Marke Helsana insgesamt positiv.

Schreiermeier.ch



### Trailer EY Sustainability Report: Social Media Marketing für 80 Seiten Print

Mehr als nur finanzielle Werte schaffen. Diesen Anspruch stellt EY Schweiz an das eigene Unternehmen und verfolgt konkrete Ziele: EY fördert nachhaltig Frauenkarrieren, unterstützt Jungunternehmer und bildet Mitarbeitende weiter. Die drei Trailer zu diesen Kernthemen wecken via Social Media Interesse für den Sustainability Report 2014. Neben Statements des CEO vertiefen Animationen, eingebettet in eine Mini-Story, das Thema.

Arnold.kircherburkhardt.ch



Drei Themen – drei Trailer:

**Commitment:** «Cultivating entrepreneurship», fruchtbarer Boden für Unternehmertum.

**Leadership:** «Promoting gender diversity», gläserne Decke für Frauen? Nicht bei EY.

**Ambition:** «Giving ambitious people the best training», Wissen für höchste Kundenzufriedenheit. Trailer ansehen: [http://bit.ly/akb\\_ey\\_trailer](http://bit.ly/akb_ey_trailer)



**FORUM CORPORATE PUBLISHING**

## Inhalt zählt.

### Die Spezialisten für Corporate Publishing & Content Marketing in der Schweiz

Forum Corporate Publishing e.V. Geschäftsstelle für Deutschland, die Schweiz und Österreich

Dachauer Straße 21a  
D-80335 München  
Telefon: +49 / 89 / 34 07 79 77  
Telefax: +49 / 89 / 34 07 79 78  
info@forum-corporate-publishing.de  
forum-corporate-publishing.com

[facebook.com/Forum.Corporate.Publishing](https://www.facebook.com/Forum.Corporate.Publishing)  
[twitter.com/fcp\\_info](https://twitter.com/fcp_info)

**Arnold.KircherBurkhardt AG**  
Laubisrütistrasse 54  
8712 Stäfa  
Telefon: +41 / 44 / 928 33 11  
daria.lederrey@kircher-burkhardt.ch  
arnold.kircherburkhardt.ch

**Axel Springer Schweiz AG**  
Förlibuckstrasse 70  
8021 Zürich  
Telefon: +41 / 43 / 444 50 06  
thomas.garms@axelspringer.ch  
axelspringer.ch/corporatemedia

**Basel West Unternehmenskommunikation AG**  
Hegenheimerstrasse 4  
4055 Basel  
Telefon: +41 / 61 / 386 10 00  
welcome@baselwest.ch  
baselwest.ch

**Crafft Kommunikation AG**  
Hohlstrasse 201  
8004 Zürich  
Telefon: +41 / 44 / 296 10 18  
michael.ruetti@crafft.ch  
crafft.ch

**Festland AG**  
Ottenweg 25  
8008 Zürich  
Telefon +41 / 44 / 250 86 30  
lroos@festland.ch  
festland.ch

**Infel Corporate Media**  
Militärstrasse 36  
Postfach 3080  
8021 Zürich  
Telefon: +41 / 44 / 299 41 41  
welcome@infel.ch  
infel.ch

**Medianovis AG**  
Alte Landstrasse 55  
8802 Kilchberg  
Telefon: +41 / 44 / 716 55 16  
ute.grossenbacher@medianovis.com  
medianovis.com

**Primafila AG**  
Hornbachstrasse 50  
8034 Zürich  
Telefon: +41 / 44 / 389 84 94  
egli@primafila-cp.ch  
primafila-cp.ch

**Process Brand Evolution**  
Giesshübelstrasse 62a  
8045 Zürich  
Telefon: +41 / 44 / 254 39 46  
rudolf.rodenburg@process-group.com  
process-group.com

**Raffinerie AG für Gestaltung**  
Anwandstrasse 62  
8004 Zürich  
Tel. +41 / 43 / 322 11 11  
nk@raffinerie.com  
raffinerie.com

**schreiermeier AG**  
Rämistrasse 35  
8001 Zürich  
Telefon: +41 / 44 / 253 88 88  
philip.meier@schreiermeier.ch  
schreiermeier.ch

**Swisscontent AG**  
Hottingerstrasse 12  
8032 Zürich  
Telefon: +41 / 44 / 245 45 45  
daniel.kaczynski@swisscontent.ch  
swisscontent.ch

**YJOO Communications AG**  
Molkenstrasse 8  
8026 Zürich  
Telefon: +41 / 44 / 389 60 00  
info@yjoo.ch  
yjoo.ch