



**THE GREY HAVENS**  
CORPORATE FILMMAKING

**VIDEOMARKETING**

[www.greyhavens.de](http://www.greyhavens.de)

# WARUM VIDEO-MARKETING?

Spätestens seit 2020 sind Videos aus moderner Unternehmenskommunikation nicht mehr wegzudenken - und sie werden immer wichtiger.

Das gilt nicht nur für die großen Player, sondern auch für kleine und mittelständische Unternehmen.

Es geht nicht mehr nur darum, das Image der Firma zu schärfen, sondern vor allem auch darum, die Produkte werbewirksam zu präsentieren und das Unternehmen mit starken Ads und Premiumcontent für Akquise,

Recruiting und Kundenbindung zukunftssicher aufzustellen. Die gute Nachricht: Videoproduktion kostet nicht länger zwangsläufig mehrere Zehntausend Euro und bedarf auch nicht monatelanger Planung und aufgeblasener Crews.

Unser Ziel ist es, qualitativ hochwertige Videoproduktionen für jedes Budget umzusetzen - für euren Erfolg!

In diesem Handout haben wir für euch wertvolle Infos und Inspiration für euer Videomarketing zusammengestellt. Film ab!



Laut 51 % aller Marketing-Verantwortlichen sind Videos der Content mit dem höchsten Return-on-Investment.



User verbringen 88 % mehr Zeit auf einer Homepage mit Video-Content.



Ein Video auf der Startseite der Homepage erhöht die Konversionsrate um 80 %.



Homepages mit Videos werden von Suchmaschinen bevorzugt und erscheinen zu 53 % häufiger auf der ersten Ergebnisseite.



Video-Content erzeugt ein 135 % größeres organisches Wachstum als Foto-Posts und werden 12-mal häufiger geteilt als diese.



2021 gaben 97 % der Befragten an, dass sie sich Erklärvideos ansehen, um mehr über ein Produkt zu erfahren.

# ZIELE

**Follower generieren**

**Leads erzeugen**

**Produkte verkaufen**

**Zielgruppen informieren**

**Mitarbeiter:innen rekrutieren**

**Vertrauen/Bindung aufbauen**

**Imageverbesserung**

**Marke bilden/stärken**

**Differenzierung**

**Produkte erklären**

# VIDEOBEISPIELE

- > **Imagefilm / Marken- oder Firmenportrait**
- > **Recruiting und Employer Branding**
- > **Werbespots**
- > **Branded Content**
- > **Fiktionale Filme**
- > **Vorstellung von Produkten oder Dienstleistungen**
- > **Erklärfilm / Tutorials / Anleitungen**
- > **E-Learning oder Schulungsvideos**
- > **Experten-Interviews**
- > **Erfahrungsberichte von Kunden / Testimonials**
- > **Social-Media-Reels / Influencer-Kampagnen**
- > **Veranstaltungshighlights**
- > **Branchen-News oder Trends**
- > **Projektdokumentation**

# KREATIVE KONZEPTE SIND GEFRAGT. WIR SIND EUER TEAM!

Ein Film hat viele Gesichter. Für manche bietet sich ein klassisches Firmenportrait an, für andere ein kreatives Konzept. So kann zum Beispiel mit Humor oder mit szenisch-inszenierten Elementen gespielt werden. Vom lustigen Erzähler bis zur Die-Vierte-Wand-durchbrechenden Darsteller:in.

Erfolgreiche Fernsehwerbespots arbeiten genau so: Sie sprechen die Zuschauer:innen insbesondere auf der emotionalen Ebene an. Den gleichen Effekt kann man auch mit kreativen Filmkonzepten erreichen. Daher: Öffnet die Gedan-

kenwelten und bleibt frei in eurer Entscheidung. Heutzutage reicht es nicht, den Standard von der Stange zu bieten. Man muss begeistern, mitreißen und emotionalisieren. So wird euer Film bis zum Ende gesehen, bleiben eure Botschaften hängen und wird euer Video geteilt. Fragt euch: Warum produziert EDEKA einen Weihnachtsfilm?

Wir konzipieren für euch kreative Konzepte und arbeiten mit ausgezeichneten Konzeptern und Autoren zusammen, um über den Tellerrand des Möglichen zu blicken.

## Kreative Konzepte

- › **Moderierte Unternehmensführung**
- › **Interview-Format**
- › **Gameshow**
- › **Challenges**
- › **Reaction Video**
- › **Animationsfilm**
- › **Erfolgs-Stories**
- › **Szenische Geschichten**
- › **Sketche**
- › **Festtagsfilme**
- › **Aktuelle Ereignisse**
- › **Dokumentationen**
- › **A Day in the Life of...**





# IMAGEFILM

Eure Kund:innen verstehen nicht auf den ersten Blick, wofür ihr steht? Ihr wollt Vertrauen aufbauen, und jede:r eurer potenziellen Kund:innen soll verstehen, warum ihr der Perfect Fit für sie seid?

Ein Imagefilm ist ein kurzer Werbefilm, der ein Unternehmen oder eine Marke positiv darstellt und das Interesse potenzieller Kund:innen oder Partner:innen weckt. Er enthält Szenen, die die Kernwerte, die Vision und die Alleinstellungs-

merkmale des Unternehmens hervorheben. Typische Einsatzgebiete sind die Website, Messen und Unternehmensvorstellungen bei Vorträgen etc. Dieser Film ist extrem wichtig für jedes Unternehmen.

Aber muss so ein Imagefilm immernoch so langweilig und konservativ sein wie vor 10 Jahren? Nein, denn auch hier gilt das Prinzip: Kreative Ideen gewinnen.

## Sonderfall Firmenportrait

Das typische Firmenportrait informiert und hebt Visionen, Werte und Alleinstellungsmerkmale hervor. Anders als im Imagefilm wird hier auf die klassische Kombination aus Interviews und Einblicken in das Unternehmen, die Prozesse und Produkte gesetzt.





# RECRUITING / EMPLOYER BRANDING

Euch fehlen Mitarbeiter:innen? Ihr könnt manche Stellen seit langem nicht besetzen? Die Bewerber:innen, die sich bei euch melden, passen nicht oder sind nach kurzer Zeit wieder weg?

Recruitingfilme sind heutzutage sehr wichtig, um potenzielle Bewerberinnen und Bewerber für ein Unternehmen zu gewinnen.

In einer Zeit, in der die Konkurrenz um Talente immer stärker wird, ist es für Unternehmen entscheidend, sich als attraktiver Arbeitgeber zu präsen-

tieren und sich von anderen Unternehmen abzuheben. Authentische Einblicke ins Unternehmen und in die Köpfe, die das Unternehmen ausmachen, sind dabei starke Inhalte, um diese Ziele zu erreichen.

Darüber hinaus können Recruitingfilme dabei helfen, das Employer-Branding zu stärken, um damit den bestehenden Mitarbeitern zu zeigen: Wir sind eine geile Firma!

Lasst und gemeinsam starke Inhalte konzipieren und umsetzen.



# WERBESPOTS

Ihr baut Ads noch aus Bildern und Text, und sie konvertieren einfach nicht? Eure Funnels sind leer oder eure Werbespots emotionalisieren nicht die richtigen Käufer:innen?

**Erklärtes Ziel:** Ein Problem, eine Lösung, eine Zielgruppe, eine Aussage. Spots funktionieren idealerweise für Produkte/Dienstleistungen und besonders gut als Ads im Kino, auf Social Media oder sogar im Fernsehen.

Typischerweise sind Werbespots zwischen 15 und 60 Se-

kunden lang und berühren eure potenziellen Kund:innen auf der emotionalen Ebene. Die Spots können auch humorvoll oder informativ sein, um die Aufmerksamkeit des Publikums zu gewinnen und eine emotionale Verbindung herzustellen.

Werbespots schaffen es innerhalb kürzester Zeit, die Aufmerksamkeit der relevanten Zielgruppe zu erhaschen und sie von euch und eurem Produkt zu überzeugen.

## Social Media

Gerade kurze, emotionale Videoinhalte funktionieren auf Social Media Plattformen gut, um Aufmerksamkeit zu erzeugen und die Markenverbundenheit eurer Community zu stärken.





# BRANDED CONTENT

Verkauft wird heutzutage viel subtiler als noch vor einigen Jahren. Die Menschen wollen sich mehr mit dem Unternehmen und den Werten dahinter identifizieren können. Dabei muss nicht vordergründig eine Werbebotschaft vermittelt werden.

Mit Branded Content bieten wir eurer Zielgruppe Mehrwerte oder produzieren Inhalte, die für die Zielgruppe zwar interessant oder unterhaltsam

sind, aber nicht zwangsläufig eine Verkaufsabsicht haben. Branded Content zielt vielmehr darauf ab, eine authentische Verbindung zwischen der Marke und den Verbrauchern herzustellen. Dies stärkt eure Marke langfristig und sorgt so dafür, dass potenzielle Kund:innen in der Consideration Phase wieder auf euch zurück kommen.

Auch hier ist Kreativität und Mut gefragt. Seid ihr bereit?





# FICTIONAL

**Stichwort** Weihnachtsfilme. Wer kennt sie nicht, die rührseeligen Filme, die uns an Weihnachten über den Weg laufen. Warum machen die Firmen das? Natürlich, um Werbung zu machen, ohne Werbung zu machen.

So einen Film zu erstellen zeugt von Commitment, von Kreativität und sendet ein klares Signal: Wir sind da und wir sind groß. Diese Filme erregen Aufsehen. Diese Filme werden um ein Vielfaches häufiger geteilt

als jede andere Form der Werbung. Diese Filme sind großes Kino und funktionieren genau so. Sie vermitteln nur wenig bis keine Informationen, erzeugen dafür umso mehr Emotionen, um diese für die Marke zu nutzen. Sie greifen aktuelle Themen auf, zeichnen die Zukunft oder schreiben die Vergangenheit um.

Klingt nach Hollywood, gibt's aber auch in Lüneburg und überall, wo ihr uns braucht.

# WIE FUNKTIONIERT VIDEOMARKETING AM BESTEN?

## DEVELOP A CUSTOMER JOURNEY!

Eure Customer Journey enthält noch keine Videos? Dann verpasst ihr ein wahnsinniges Potenzial, eure Kund:innen emotional mitzureißen und über die gesamte Reise mit wertvollen Informationen und Kaufanreizen zu versorgen.

Ein einzelner Imagefilm reicht oft nicht aus, um nachhaltig im Gedächtnis zu bleiben. Ein ganzheitliches Werbekonzept, das permanent die Werte und Visionen des Unternehmens kommuniziert, ist der Schlüssel zum Erfolg. Konzentriert euch dabei auf eine Zielsetzung, auf eine Zielgruppe und auf einen Call to Action. Mischkonzepte können funktionieren, verwässern jedoch in der Regel die Effektivität eures Videomarketings!



## Awareness-Phase

In dieser Phase geht es darum, das Interesse potenzieller Kund:innen zu wecken und sie auf das Unternehmen aufmerksam zu machen. Durch virale Verbreitung in sozialen Netzwerken oder Online-Plattformen können Videos auch schnell eine große Reichweite erzielen.



## Consideration-Phase

In dieser Phase geht es darum, die potenziellen Kund:innen über die angebotenen Produkte oder Dienstleistungen zu informieren. Hier kann Videomarketing durch Produkt- oder Servicevideos helfen, indem es die Funktionen, Vorteile und Eigenschaften von Produkten oder Dienstleistungen auf anschauliche Art und Weise präsentiert.



## Decision-Phase (Sale)

In dieser Phase geht es darum, die potenziellen Kund:innen zu einer Kaufentscheidung zu führen. Videomarketing kann hierbei helfen, indem es Produkt- oder Servicebewertungen, Kundenfeedback oder Erfolgsgeschichten von Kund:innen präsentiert. Sie können so sehen, wie andere das Produkt oder die Dienstleistung bewerten und wie sie davon profitieren konnten.



## After-Sale-Phase

In dieser Phase muss den Kund:innen kommuniziert werden, welche Services das Unternehmen den Bestandskund:innen anbietet und warum sie immer wieder zum Unternehmen zurückkehren sollten. Sei es durch Upgrades, Services und weitere Sales. Aber auch durch Tutorials und Anleitungen.

# DIESE FRAGEN SOLLTET IHR EUCH VOR JEDER VIDEO- PRODUKTION STELLEN

## > Welche Zahlen, Daten und Fakten sind wichtig?

Umsatzzahlen und finanzielle Kennzahlen  
Anzahl der Mitarbeiter:innen  
Standorte des Unternehmens  
Anzahl der Kunden und Partner:innen  
Erfolge und Auszeichnungen  
Wachstumsraten und Geschäftsentwicklung

## > Was sind Vision und Werte eures Unternehmens?

**Vision:** Die langfristige Zielvorstellung und der angestrebte Zustand des Unternehmens in der Zukunft.

**Werte:** Die grundlegenden Prinzipien und Überzeugungen, nach denen das Unternehmen handelt und agiert.

## > Welche Zielgruppe soll angesprochen werden?

Definiert eure Zielgruppe nach Alter, Geschlecht, Beruf, Interessen, Hobbys, Einkommen, Kaufverhalten usw.

Jede Zielgruppe benötigt eine individuelle Ansprache. Versucht ihre Bedürfnisse, Wünsche, Motivationen und Schmerzpunkte zu verstehen.

## > Welche Tonalität darf euer Videomarketing haben?

Wollt ihr euch sachlich-seriös darstellen oder darf es frech und provokativ sein?

## > Welche Alleinstellungsmerkmale hat euer Unternehmen?

Einzigartige Produkte oder Dienstleistungen  
Besondere Kundennutzen oder Vorteile  
Innovationskraft und Technologievorsprung  
Ausgezeichnete Kundenserviceleistungen  
Nachhaltigkeitskonzepte  
Soziales Engagement

## > Wer ist euer größter Konkurrent?

## > Welche 3 Aspekte unterscheiden euch von eurem größten Konkurrenten?

- **Gibt es Referenzfilme, die wir kennen sollten?**
- **Welche Entwicklungen stehen bei euch in den nächsten 5 Jahren an?**

Zukunftspläne und Projekte, die das Unternehmen in den nächsten 5 Jahren umsetzen möchte, können hier genannt werden, z. B. Markterweiterung, Produktentwicklungen, Investitionen in Technologie.
- **Wo soll dieser Film zu sehen sein?**

Hier werden die geplanten Verwendungsorte des Films genannt, wie Website, Social-Media-Kanäle, Messen, Veranstaltungen, Präsentationen usw.
- **Welche Kommunikationskanäle werden bereits von euch bedient?**
- **Was muss enthalten sein, was darf auf keinen Fall enthalten sein?**

Hier werden die wesentlichen Inhalte und Botschaften aufgeführt, die unbedingt im Film enthalten sein müssen. Auch Aspekte, die vermieden werden sollen, wie kontroverse Themen oder unpassende Darstellungen, werden hier genannt.

## Bei euch geht es ums Recruiting? Dann sind wiederum zusätzlich noch weitere Informationen hilfreich:

- **Wo arbeitet eure Zielgruppe heute?**
- **Womit beschäftigt sich eure Zielgruppe in ihrer Freizeit?**
- **Welche Kommunikationskanäle werden bereits von euch bedient?**
- **Welche begleitenden Maßnahmen plant ihr für eure Employer Branding-Kampagne?**
- **Was zeichnet euch als Arbeitgeber:in besonders aus?**
- **Wie mutig wollt ihr euch präsentieren?**

# LOS GEHT'S

## Unverbindlich kennenlernen



Wir lernen uns persönlich kennen, schauen ob die Chemie stimmt und besprechen die oben aufgeworfenen Fragen und überlegen uns passende Strategien für das weitere Vorgehen. Danach könnt ihr entscheiden, ob ihr mit uns in den Prozess einsteigen wollt.

## Euren Input schärfen



Eventuell habt ihr den Fragenkatalog schon beantwortet, ansonsten sind das eure Hausaufgaben. So können wir gemeinsam abklopfen, in welche Richtung eure Videos gehen sollen und welches Angebot zu euch passt.

## Erstangebot



Auf Basis dieses Inputs erstellen wir ein Angebot inklusive einer ersten Kostenaufstellung. Nun könnt ihr euch entscheiden, ob ihr uns für die Zusammenarbeit beauftragt.



## Konzeptphase

Wir erarbeiten Ideen und Konzepte für die Produktion. Gemeinsam entscheiden wir uns für einen Weg und gestalten Drehbuch und Drehplanung. Etwaige Anpassungen im Angebot kommunizieren wir an dieser Stelle.



## Video-Dreh

Wir drehen die Idee, so wie sie im Drehbuch festgehalten ist. Ihr könnt uns dabei unter die Arme greifen und Geld sparen. Mit unseren kleinen interdisziplinären Teams können wir Content auf höchstem Niveau produzieren, ohne dabei die Kosten aus dem Blick zu verlieren.



## Postproduktion

Schnitt, Tonschnitt, VFX, Color Grading und Tonmischung runden die Filme ab. Erst wenn ihr zufrieden seid, übergeben wir das Projekt für alle Ausspielungen.



## Vermarktung

Wir sind keine Full-Service-Marketing-agentur, sondern kümmern uns um Konzeption und Produktion. Daher beraten wir euch zwar gern bei der Vermarktung, geben diese aber grundsätzlich in eure Hände bzw. in die eurer Dienstleister.

# SEIT 2015 FILMEMACHER AUS LEIDEN- SCHAFT



Seit 2015 produziere ich mit meinem Team aus freien Mitarbeitenden Image- und Werbefilme für meine Kunden und versuche, bei jeder Produktion budgetunabhängig ganz großes Kino aufzufahren. Mein Herz schlägt für szenische Erzähl-Elemente, die euren Film zu etwas ganz Besonderem machen.

Jedes Unternehmen braucht guten Video-Content. Und wir produzieren ihn mit der Maßgabe, dass Qualität keine Budgetfrage ist.

Unser Ansatz ist folgender: Die zentralen Bestandteile der kreativen Arbeit liegen fest in unseren Händen.

Wenn es um unser Kreativteam geht, dann halten wir es so klein und interdisziplinär wie möglich. Das reduziert den Koordinierungs- und Kostenaufwand. Unsere Kompetenzen decken

alles ab, was man für eine erfolgreiche Produktion benötigt. Dabei haben Qualität, Budgetorientierung und Pünktlichkeit bei uns absolute Priorität.

Wir freuen uns darauf, euch und eure Zielgruppen zu begeistern!

**Christian Verch**  
Inhaber THE GREY HAVENS

## Unsere Kompetenzen

- > **Konzeptentwicklung**
- > **Regie**
- > **Kamera**
- > **Ton**
- > **Licht**
- > **Schnitt**
- > **Soundmischung**
- > **Color Grading**

## Im Netzwerk

- > **Grafikdesign**
- > **Fotografie**
- > **3D-Animationen**
- > **Visual Effects**
- > **Motion Graphics**

# REFERENZEN



**B+L Baumaschinen**  
**PACKEN WIR'S AN!**  
Imagefilm



**Freizeit Center Albrecht**  
**DEIN ABENTEUER BEGINNT HIER!**  
Imagefilm



**Magnesia**  
**IN JEDER ROLLE**  
**DIE PERFEKTE BESETZUNG!**  
Image- & Recruitingfilm



**3P Alice**  
**SPORT MEETS LIFESTYLE.**  
Social Media Clip



**Kiebitz**  
**VON HIER FÜR EUCH!**  
Werbespot



**Johnnie Walker**  
**DON'T GO. BE A WALKER!**  
Werbespot



**VONMÄHLEN**  
**TECH FOR YOUR DAILY CHALLENGES.**  
Imagespot



**Klinikum Lüneburg**  
**DIE SCHONUNGSLOS EHRliche**  
**RECRUITINGKAMPAGNE!**  
Recruiting-Doku



**Psychiatrische Klinik Lüneburg**  
**RECRUITING IM SENSIBLEN BEREICH!**  
Recruiting



**Autohaus Stein**  
**BENZIN IM BLUT.**  
Kinospot



**Gute Leute Club**  
**DIE UNTERNEHMENSSHOW!**  
Entertainment



**Bäckerei HARMS**  
**FRISCH RECRUITET!**  
Recruiting



**PORTFOLIO**



**HOMEPAGE**



**SHOWREEL**

# CHRISTIAN VERCH

Auf der Hude 88, 21339 Lüneburg  
christian@greyhavens.de  
www.greyhavens.de

