

„Corporate Video wird das Leitmedium der Unternehmenskommunikation“  
(Prof. Thomas Mickleit, Director Communications, Microsoft Deutschland)

Was ist der Unterschied zwischen Film, Internet und den Höhlenbildern von Lascaux?  
Nichts. Seit zehntausend Jahren schauen wir uns gern die Welt in Bildern an.

Der Beweis dafür ist YouTube. Vor sechs Jahren war es ein Spielzeug. Heute ein Welterfolg:

- 1 abgerufenes YouTube-Video im August 2005.
- 1 Million abgerufene YouTube-Videos täglich im November 2005.
- 1 Milliarde abgerufene YouTube-Videos täglich im Juni 2009.
- 3 Milliarden abgerufene YouTube-Videos täglich im September 2011.

Für Unternehmen heißt das:

Was Menschen von YouTube kennen, erwarten sie auch von Ihnen: passende Filme.  
Als Kunden, als Mitarbeiter, als Interessenten, als Stakeholder. Eben als Menschen.

- Alle 60 Sekunden laden Menschen 48 Stunden Videofilm auf YouTube hoch (Mai 2011)
- Eine Verdoppelung in nur einem Jahr. YouTube ist weltweit Nr.3 aller Websites.
- 39% des gesamten mobilen Datenverkehrs sind Bewegtbild-Inhalte.
- 22% des mobilen Datenverbrauchs sind allein „YouTube“  
(Quelle: Google, Inc. / Mobile Trends Report, Allot Communications 2011)

Stationär, mobil, Fernseher, Computer, Notebook, Tablet-Computer, Smartphone?  
Das ist egal. Denn heute zählt in der Internetwirtschaft nur noch eine Kategorie:  
die „Screens“, also Displays jeder Art als Schaufenster für Videos.

Corporate Videos werden der Maßstab für Unternehmen im Kampf um Aufmerksamkeit,  
Verständnis, Einsicht, Commitment, Tat und Erfolg.

Man nennt dies alles auch „Change“.

Change bedeutet damit im Kern, ein Bild der Zukunft zu vermitteln, bevor sie passiert.  
Sonst landet man nicht morgen, sondern gestern.

Corporate Videos können zeigen, wie es gewesen sein wird.

Sie lassen ein Bild im Kopf entstehen von etwas, das es noch gar nicht gibt: der Zukunft.  
Nach der Fusion, nach dem Produktlaunch, nach der Reorganisation im Unternehmen.

Für Sie und Ihre Aufgabe im Change heißt das:

Informieren – das schaffe ich mit Texten

Mitfühlen und Mitziehen – das schaffe ich mit Corporate Videos