

Warum sind Bewegtbilder wichtig?

Warum sollten sich Unternehmen mit Bewegtbildern präsentieren?

Das Kommunikationsverhalten hat sich in den letzten Jahren grundsätzlich verändert. Youtube ist die zweitgrößte Suchmaschine geworden, jede Minute werden 35 Stunden Bewegtbild dort hochgeladen. Nutzer suchen heute anders – nach privaten und auch geschäftlichen Inhalten. Bewegtbild ergänzt das Informationsangebot, das aus dem Internetauftritt, der Imagebroschüre, der Anzeigenkampagne, dem Fachartikel besteht. Es ersetzt aber keines dieser Medien. Mit Bewegtbildern lassen sich komplexe Themen anschaulich darstellen.

Aber wird sich auch im B-to-B-Bereich das Video als Informationsangebot etablieren?

Die Hauptzielgruppe von Logistik-tv.net sind die Entscheider. Und je runder ein Bild ist, das sich ein Entscheider machen kann, desto klarer und präziser fällt er seine Entscheidungen. Das heißt, je mehr Informationen zur Verfügung stehen, desto klarer und eindeutiger kann er einschätzen, ob ein Unternehmen als Partner interessant ist. Wir haben immer mehr Kunden, die als Einstiegspräsentation nicht mehr eine Power-Point-Präsentation nutzen, sondern ein Video, bevor sie auf ihr konkretes Leistungsportfolio eingehen.

Wo wird das Thema Bewegtbild in drei, vier Jahren stehen?

Eine Studie von Google sagt, dass 2013 etwa 90 Prozent des Traffics vom Bewegtbild kommt. Das wird in dieser Vehemenz nicht in der Logistik durchschlagen. Aber

NACHGEFRAGT BEI

Uwe Berndt

ist Geschäftsführer der Agentur Mainblick, mit der er unter anderem die Speditionskooperation System Alliance betreut. Im vergangenen Jahr hat er mit seinem Partner Christoph Müller BM Productions, Gesellschaft für TV- und Medien-Produktion, gegründet.



Mainblick

es wird eine überdurchschnittlich gute Entwicklung in Richtung Bewegtbild geben. Sehen Sie sich die Veranstaltungen im Umfeld von BVL, BME, BGL, DSLV und so weiter an. Wo früher Broschüren auslagen, hängen heute – meist zusätzlich – Monitore. Oder erinnern Sie sich an die Messe Transport Logistic im Mai. Wie viele Bewegtbilder es dort gab – wohlge-merkt – für Fachpublikum.

Wie haben Sie Logistik-tv.net konzipiert?

Auf Logistik-tv.net haben wir eine Channelstruktur mit sechs Hauptrubriken. Die Kanäle orientieren sich an Themen, die Inhalte

sollen sichtbar gemacht werden. Vornehmlich suchen die Nutzer ja nach Lösungen. Ein Unternehmen, das sich beispielsweise in der Kontraktlogistik spezialisiert hat und hier einen speziellen Service anbietet, kann dies entsprechend darstellen. Dabei hilft unsere Fachredaktion durch begleitende Texte, die von Suchmaschinen gefunden werden.

Mit welchen Themen beschäftigen sich Unternehmen im Zusammenhang mit Bewegtbildern vor allem?

Ein Trend, von dem ich sehr überzeugt bin, ist das Thema Mitarbeiterbindung und Mitarbeitergewinnung. Die Rekrutierungskosten im Bereich Fach- und Führungskräfte sind immens gestiegen. Transport- und Logistikunternehmen beschäftigen Stäbe von Beratern und Headhuntern, um gute Leute zu bekommen und sie gehen auf Ausbildungsmessen. Hier ist Bewegtbild ein gutes Mittel, um sich als Arbeitgeber zu positionieren. Auf Monster und anderen Stellenbörsen sind bereits viele Stellensuche als Bewegtbild konzipiert. ■■■

UM WAS ES GEHT



logistik-tv.net

... sehen, was die Branche bewegt

Bewegtbild im B-to-B-Bereich

Viele Unternehmen binden mittlerweile Bewegtbilder in ihren Internetauftritt ein. Mit www.logistik-tv.net gibt es jetzt eine zentrale Anlaufstelle für Informationssuchende zum Thema Bewegtbild aus den Bereichen Transport, Logistik, Verkehr und Mobilität und zugleich ein Distributionsportal für Videocontent. bb

Birgit Bauer