



Leitfaden zur Erstellung von Videos für Recruiting Kampagnen

Effektiver als Fotografie.
Einfacher als man denkt.

EINLEITUNG

BOOST FÜR IHRE RECRUITING KAMPAGNEN!

Sie haben sich für unseren Leitfaden entschieden, um mehr Aufmerksamkeit für Ihre offenen Stellen zu generieren und diese somit schneller und einfacher besetzen zu können?

Eine sehr gute Entscheidung!
Denn: **Bild schlägt Text und Video schlägt Bild.**

KEINE ZEIT?

Wir wissen, dass Ihre Zeit kostbar ist, weshalb dieser Leitfaden auch an engagierte **Azubi's, Werkstudent:innen oder Praktikant:innen** weitergegeben werden kann.

Freuen Sie sich auf simple, aber effektive Techniken, die speziell darauf ausgerichtet sind, mit geringem Aufwand die Essenz Ihres Unternehmens einzufangen.



IHRE VORTEILE:

- **Budgetschonend:** Kein externer Videotermin wird benötigt.
- **Authentisch:** Sie wissen am besten, welche Bereiche und welche Kolleg:innen sich gut vor der Kamera machen.
- **Einfach:** Sie kümmern sich lediglich um die verschiedenen Aufnahmen in Ihrem Unternehmen, den Schnitt und Abformate übernehmen wir.
- **Beratung:** Wir stehen Ihnen von der Konzeption bis zur Implementierung beratend zu Seite.

PROZESS



DIE PLANUNG

Unser Whitepaper nimmt Sie an die Hand und bietet Ihnen eine Checkliste, sodass Sie bestmöglich für den Dreh vorbereitet sind.



DIE KONZEPTION

Keine eigene Idee? Kein Problem! Wir haben Ihnen 4 einfache Konzepte mitgebracht, die mit minimalen Ressourcen umgesetzt werden können und gleichzeitig effektiv die Stärken und Besonderheiten Ihres Unternehmens präsentieren.



DIE AUFNAHME

Sie finden hier alle wichtigen Richtlinien sowie Tipps und Tricks, sodass Sie das Beste aus Ihren Aufnahmen und Testimonials herausholen können.



DER SCHNITT

Um das Endprodukt zu perfektionieren, schneiden wir Ihre Clips zu einem aufmerksamkeitsstarken Recruiting-Video inkl. spannender Animationen und CD-konformen Texteinblendungen.

PHASE 1: PLANUNG

SCHRITT 1

Zielgruppe &
Kernbotschaft

Wen möchten Sie ansprechen und welche Botschaft soll vermittelt werden? Überlegen Sie, wer Ihre Zielgruppe ist und wie Sie diese mit Ihren Arbeitgeberstärken klar und authentisch ansprechen können.

Beispiel:

- Zielgruppe: Absolvent:innen technischer Studiengänge
- Kernbotschaft: "[Firmenname] bietet innovative Arbeitsumgebungen und exzellente Karrierechancen für junge Ingenieur:innen."

Auch bei einfachen Mitteln ist eine klare Vorstellung davon, was gefilmt wird, wichtig. Skizzieren Sie eine grobe Struktur des Videos, um sicherzustellen, dass alle wichtigen Punkte abgedeckt sind.

Auf den folgenden Seiten finden Sie 2 Konzept-Beispiele zur Inspiration.

Beispiel:

- Szenario 1: Einblick in den Arbeitsalltag
- Szenario 2: Interviews mit aktuellen Mitarbeitenden
- Szenario 3: Darstellung der Unternehmenskultur und Arbeitsumgebung

SCHRITT 2

Konzept & Skript

SCHRITT 3

Bestimmung der
Drehorte

Wählen Sie Orte aus, die leicht zugänglich sind und Ihr Unternehmen gut repräsentieren. Achten Sie auf eine ruhige Umgebung mit guter Beleuchtung. Bereiten Sie zudem alle notwendigen Requisiten vor, die im Video benötigt werden und organisieren Sie ggf. Arbeitsorte.

Beispiel:

- Location 1: Bürogebäude von außen
- Location 2: Innovativer Arbeitsbereich
- Requisiten: Arbeitsmaterialien, Kaffeebecher mit Firmenlogo, Laptop

PHASE 1: PLANUNG

Erstellen Sie einen genauen Zeitplan für den Drehtag. Koordinieren Sie die Verfügbarkeit der beteiligten Mitarbeiter:innen, achten Sie auf die optimale Nutzung von Tageslicht und eventuelle Pausen.

Beispiel:

- 08:00 Uhr: Aufbau und Vorbereitung der Ausrüstung
- 09:00 Uhr: Drehbeginn am ersten Standort
- 09:15 Uhr: Wechsel in die Kantine

SCHRITT 4

Zeitplan

SCHRITT 5

Teilnehmer
abholen

Informieren Sie die Mitarbeiter:innen vor dem Dreh über Zeitplan, Treffpunkt und Kleidung. Die Kleidung sollte professionell, aber auch repräsentativ für die Unternehmenskultur sein. Stellen Sie außerdem sicher, dass alle Beteiligten mit der Veröffentlichung des Materials einverstanden sind. Das kann formlos per E-Mail oder über ein einfaches Formular sein.

Richtlinien Kleidung:

- Firmen-T-Shirts für ein einheitliches Bild
- Keine großen Logobeschriftungen
- Keine kleinen Karomuster

Prüfen Sie Ihr Smartphone und weiteres Zubehör, wie ein einfaches Stativ, falls verfügbar. Testen Sie die Video- und Audioqualität.

Beispiel:

- Genügend Speicherplatz auf dem Smartphone
- Akku vollständig aufgeladen
- Funktionierendes Stativ (wenn vorhanden)

SCHRITT 6

Technische
Vorbereitung

Diese Vorbereitungen helfen dabei, dass sich alle Beteiligten wohlfühlen und das Endprodukt professionell aussieht. Auf der nächsten Seite finden Sie unsere **Checkliste** für einen reibungslosen Ablauf.

CHECK-LISTE: PLANUNG



Check-Liste ausdrucken, durchgehen und abhaken

Zielgruppe und Kernbotschaften sind definiert

Entscheidung für eine der zwei möglichen Konzeptideen

Alle Drehorte sind abgeklärt (gute Beleuchtung, leicht zugänglich, sauber und aufgeräumt, ggf. Genehmigungen vorhanden)

Benötigte Requisiten vorhanden (z.B. Arbeitsmaterialien, Kaffeebecher, Laptop, etc.)

Liste mit Stichpunkten was gefilmt wird, ist parat

Alle involvierten Personen sind über Drehtag, Uhrzeit und Ort informiert (Genehmigung wurden vorab eingefordert und auf saubere Arbeitskleidung hingewiesen)

Ein gutes Smartphone ist vorhanden (Akku vollständig geladen, genügend Speicherplatz vorhanden und Linse bitte sauber halten 😊)

PHASE 2: KONZEPTION

In der Planungsphase haben Sie sich bereits Gedanken über Ihre Zielgruppe, Ihre Arbeitgeberstärken und den Kernbotschaften gemacht. Lassen Sie nun Ihrer Kreativität freien Lauf und formen daraus eine Videoidee, die alle wichtigen Inhalte transportiert.

Sie haben sicher schon einige Recruiting-Videos gesehen, die Ihnen gefallen haben. Sie müssen das Rad nicht neu erfinden. Nutzen Sie die Inspirationen, werden Sie kreativ und notieren Sie sich Schritt für Schritt, welche Szenen Sie für Ihr Video benötigen.

Um Ihnen die Arbeit zu erleichtern, zeigen wir Ihnen **2 generische Konzeptideen**, die mit **minimalen Ressourcen** umgesetzt werden können. Diese Konzepte können Sie nach Ihren Möglichkeiten hin anpassen oder erweitern.



KONZEPT: DEIN JOB

Themen-Fokus:

- Unternehmens- und Jobvorstellung

Szenen-Fokus:

- Unternehmen
- Arbeitsplatz
- Mitarbeiter:innen während der Arbeit

Sprechertext: Nein



KONZEPT: DEINE CHANCE

Themen-Fokus:

- Mitarbeiter:innen, Leitung oder Geschäftsführung

Szenen-Fokus:

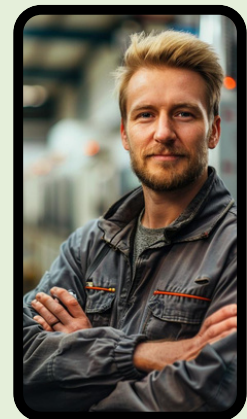
- Mitarbeiter:innen
- Arbeitsplatzsituationen

Sprechertext: Ja

KONZEPT: DEIN JOB

Themen-Fokus:

Unternehmens- und Jobvorstellung



PART 1: Einleitung, Einordnung

Dauer:
ca. 5-10 Sek.

Einstellung:
Kameraschwenk von
Links nach Rechts
von Firmengelände
und/oder
Eingangsbereich
und/oder Büro bzw.
Produktionsstätte.

PART 2: Darstellung der zu besetzenden Stelle

Dauer:
eine Szene ca. 5 Sek.

Einstellung:
Protagonist wird bei
seiner klassischen
Tätigkeit gefilmt und
schaut dann
langsam in die
Kamera und lächelt.

PART 3: Vorstellung des Arbeitsumfelds

Dauer:
4-8 Szenen jew.
ca. 10 Sek.

Einstellung:
Kurze Kamerafahrten
durch die
unterschiedlichen
Bereiche des
Unternehmens
(Produktionshalle,
Logistikbereich, Labor
etc.)

Detailaufnahmen von
Maschinen oder Produkt
oder z.B. Hände, die in die
Tastatur Tippen.

PART 4: Outro

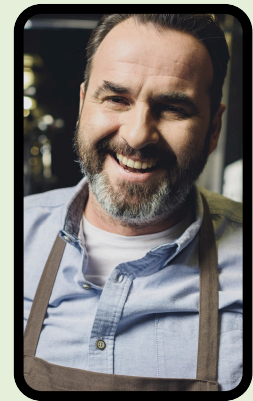
Dauer:
ein Szene mit ca. 5 Sek.

Einstellung:
Protagonist schaut
noch einmal, lächelt in
die Kamera und
verschränkt
selbstbewusst die
Arme.

KONZEPT: DEINE CHANCE

Themen-Fokus:

Direkt auf eine:n Protagonist:in nach Wahl, z.B. Geschäftsführung, Abteilungsleitung, Mitarbeiter:innen etc.



PART 1: Einleitung, Einordnung

Dauer:
ca. 10 Sek.

Einstellung:
Protagonist in einem modernen Konferenzraum oder in der Produktionsstätte.

Aktion:
Direkter Blick in die Kamera, Beginn der Ansprache.

Textbeispiel:
"Lust auf Herausforderungen? Wir auch! Mein Name ist XY, ich bin [Bezeichnung] bei [Firmenname] und für mein Team suchen wir einen verlässlichen [Stellentitel]."

PART 2: Motivation

Dauer:
jew. ca. 10 Sek.

Einstellung:
mind. 4 Clips von Mitarbeiter:innen bei der Arbeit, in Meetings, bei der Nutzung von Technologie.

Aktion:
Mitarbeiter:innen sind fokussiert und engagiert.

Textbeispiel:
Kein gesprochener Text.

PART 3: Aufruf zur Bewerbung

Dauer:
ca. 10 Sek.

Einstellung:
Rückkehr zum Protagonisten.

Aktion:
Einladendes Lächeln, öffnende Geste.

Textbeispiel:
"Möchten Sie Teil unserer Erfolgsgeschichte werden? Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung. Entdecken Sie Ihre Möglichkeiten bei [Firmenname]!"

PHASE 3: AUFNAHME

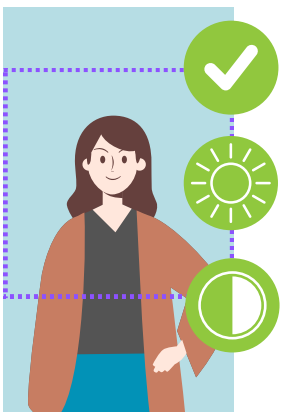


Denken Sie daran: Sie müssen **kein professionelles Meisterwerk** abliefern, das erwarten die Bewerber:innen innerhalb von Social Media gar nicht.

Dennoch ist es von Vorteil, ein paar Dinge zu beachten:

1. DAS FORMAT

- Filmen Sie im Hochformat. Die meisten Formate auf Social Media sind im Format 9:16 (Feedformat 1:1). Bei im Querformat gefilmten Videos geht somit bei der Adaption viel Fläche verloren.
- Bei einigen Social Media Formaten wird ein großer Bereich oben und unten von Text und anderen App-seitigen Elementen überlagert. Wichtiges wie Personen sollten deshalb eher leicht oben platziert sein (siehe Illustration links).
- Lassen Sie beim Filmen allgemein etwas Platz um das Motiv herum, aber natürlich nicht zu viel (siehe Illustration links).
- Beim Filmen von Personen halten Sie die Kamera gerade und auf der Augenhöhe des Gefilmten.



2. DIE UMGEBUNG

- Sorgen Sie für ausreichend Licht.
- Vermeiden Sie zu starke Kontraste, also z. B. große dunkle Flächen durch Schatten oder ähnliches.
- Achten Sie darauf, dass der Hintergrund und die Umgebung in einem sauberen Zustand ist.

PHASE 3: AUFNAHME



3. DER DREH

- Filmen Sie ausreichend lange Szenen (mind. 10 Sekunden) mit Bewegungen z.B. von links nach rechts, damit wir beim Schneiden etwas Spielraum haben.
- Filmen Sie eine Szene mehrmals und suchen Sie am Ende die beste aus, oder überlassen uns die Auswahl.
- Zoomen Sie nicht mit dem Smartphone, sondern gehen Sie näher an das Motiv.
- Wenn Sie beim Filmen schwenken, so machen Sie das möglichst langsam und ruhig.
- Für Szenen, bei denen die Kamera ruhig bleibt, nutzen Sie am besten ein Stativ, Gimbal oder stützen Sie das Smartphone auf etwas ab (Alternativ kann auch das Smartphone mit Klebeband am Fenster/Wand befestigt werden).

CHECK-LISTE: AUFNAHME



Check-Liste ausdrucken, durchgehen und abhaken

Hochformat filmen

Wichtiges leicht oben und mit genügend Platz filmen

Kamera gerade und auf Augenhöhe halten

Auf ausreichend Beleuchtung ohne dunkle Flächen sowie einen sauberen Hintergrund/Umgebung achten

Szenen sind alle mind. 10 Sekunden lang

Ggf. mit einer leichten Bewegung von links nach rechts, bzw. mit einem Stativ/Gimble gefilmt für statische Aufnahmen

Keine wackeligen oder schnellen Bewegungen

Alle Szenen wurden mehrmals gefilmt

Person oder Motiv ist nicht zu weit weg oder zu nah

PHASE 4: SCHNITT

Nun beginnt der spannende Teil der Arbeit, der Schnitt!

Ob direkt auf dem Smartphone oder auf einem Computer, wie es Ihnen leichter fällt. Verwenden Sie hierzu ein einfaches Videoschnitt-Programm, wie z.B. CapCut oder Wondershare Filmora.

TIPPS UND TRICKS:

- Begrenzen Sie die Länge des Video auf 30–60 Sekunden.
- Achten Sie auf eine Logische Clip-Abfolge mit klaren Call-to-Action am Ende.
- Fügen Sie bei Sprechertext einen Untertitel ein.
- Unterlegen Sie das Video mit passender Musik.
- Berücksichtigen Sie die vorgegebenen Endformate und feste Seiten-Elemente der gewünschten Plattform.



Keine Ideen, keine Ressourcen, kein Problem!

Sollten Sie keine Möglichkeiten für den Schnitt haben, übernehmen wir gerne die Fertigstellung Ihrer Recruiting Kampagnen vom Schnitt, Animation, Einbindung von Text und Elementen, Sounddesign und Formatanpassung für sämtliche Kanäle.

Unsere Devise: Aufmerksamkeitsstarke Recruiting Videos für Ihre zielgruppengenaue Bewerberansprache.

FAZIT

Das Erstellen von Recruiting Kampagnen muss nicht kompliziert oder teuer sein. Mit einigen grundlegenden Tipps können Sie effektive und ansprechende Videos produzieren. Das Wichtigste dabei ist, einfach zu starten und auszuprobieren.

Nutzen Sie die in diesem Whitepaper vorgestellten Techniken und ermutigen Sie sich selbst sowie Ihr Team, kreativ zu sein und Spaß am Prozess zu haben. Mit jedem gedrehten Clip werden Sie sicherer und Ihre Videos werden zunehmend besser.



Ihr Partner für erfolgreiche Recruiting Kampagnen: OVB24

Sind Sie bereit, Ihr Recruiting auf die nächste Ebene zu heben?

Bei OVB24 unterstützen wir Sie bei jedem Schritt der **Videoproduktion** – von der ersten Idee bis zum finalen Schnitt. Egal, ob Sie Unterstützung bei der Konzeptentwicklung benötigen, professionelle Aufnahmen planen oder eine erstklassige Postproduktion suchen, unser erfahrenes Team und unser Netzwerk aus spezialisierten Produktionsfirmen und Videografen stehen bereit, um Ihre Vision Wirklichkeit werden zu lassen.

Vertrauen Sie auf OVB24, um Ihr Unternehmen mit kreativen und überzeugenden Recruiting- oder Employer Branding Videos perfekt zu präsentieren.

Lassen Sie uns gemeinsam etwas Großartiges schaffen!

NOCH FRAGEN?

Wir helfen Ihnen natürlich gerne weiter!



EVA BARTA
OVB24 GmbH

Telefon: +49 (0) 8031 - 40 904 - 266
E-mail: eva.barta@ovb24.de
Web: www.ovb24.de



FRANZISKA LINOW
OVB24 GmbH

Telefon: +49 (0) 8031 - 40 904 - 252
E-mail: franziska.linow@ovb24.de
Web: www.ovb24.de

