

Sichtbarkeit schaffen mit Bewegtbild

Der Imagefilm als strategisches Werkzeug für KMU

Ein umfassender Leitfaden für Unternehmen, die sich professionell und authentisch positionieren wollen – mit Hintergrundwissen, praktischen Tipps und strategischem Weitblick

Einleitung

Kleine und mittlere Unternehmen (KMU) stehen heute unter enormem Druck: Der Fachkräftemangel erschwert die Personalgewinnung, die Digitalisierung verlangt neue Formen der Kommunikation, und im Wettbewerb mit größeren Akteuren droht die eigene Sichtbarkeit unterzugehen. Gleichzeitig verändern sich die Erwartungen von Kunden, Partnern und vor allem potenziellen Bewerber:innen: Statt auf reine Produktpräsentationen oder klassische Werbung reagieren Zielgruppen heute auf Geschichten, auf Nahbarkeit und visuelle Kommunikation. In dieser Situation kann ein professionell produzierter Imagefilm ein entscheidender Faktor sein – nicht als schmückendes Beiwerk, sondern als strategisches Kommunikationsinstrument. Denn wer nicht sichtbar ist, wird nicht gefunden – und wer nicht vertrauenswürdig wirkt, wird nicht gewählt. Ein Imagefilm kann genau diese Lücke schließen: Er bietet Einblicke, baut Vertrauen auf und macht ein Unternehmen auf emotionale Weise erlebbar. Ein Imagefilm unterstützt dabei, komplexe Inhalte einfach und schnell zu kommunizieren. Besonders in der heutigen, stark visuell geprägten Medienlandschaft werden Botschaften, die im Bewegtbild vermittelt werden, deutlich stärker wahrgenommen und besser erinnert. Studien zeigen, dass Inhalte in Videoform bis zu 95 % der Botschaft behalten lassen, während es bei reinem Text nur rund 10 % sind. Dieses White-Paper zeigt, warum ein Imagefilm heute für KMU unverzichtbar ist, welche konkreten Vorteile er bietet, worauf bei der Umsetzung zu achten ist und wie man als Unternehmen den maximalen Nutzen daraus zieht. Mit zahlreichen Tipps aus der Praxis, Checklisten und einer klaren Struktur dient dieser Leitfaden als Entscheidungshilfe, Strategiepapier und Inspirationsquelle zugleich – für Entscheider:innen, Marketingverantwortliche und Unternehmer:innen, die das volle Potenzial audiovisueller Kommunikation ausschöpfen wollen.



Was ist ein Imagefilm – und was nicht?

Ein Imagefilm ist ein kurzer, emotionaler Unternehmensfilm (in der Regel 1 bis 3 Minuten), der nicht primär verkauft, sondern Vertrauen aufbaut. Er vermittelt ein authentisches Bild des Unternehmens, zeigt Menschen, Werte, Prozesse und Ziele und schafft eine Verbindung zum Zuschauer – sei es ein potenzieller Kunde, Bewerber oder Kooperationspartner.

Kein Imagefilm ist:

- ein Werbespot mit reiner Produktfokussierung
- ein technisches Erklärvideo
- ein ungeschnittener Firmenrundgang per Handyaufnahme

Der Fokus liegt auf Emotionalität, Authentizität und Identität.

1. Die 5 größten Vorteile eines Imagefilms für KMU

1 Sichtbarkeit und Reichweite steigern

Suchmaschinen und soziale Netzwerke bevorzugen Videoinhalte. Ein professioneller Imagefilm sorgt für mehr Aufmerksamkeit auf Ihrer Website, in sozialen Medien, auf Messen oder in Bewerberportalen. Darüber hinaus steigert ein guter Film auch die Verweildauer auf der Website – ein Faktor, der wiederum positiv in die Suchmaschinenplatzierung einfließt.

2 Marke und Werte vermitteln

Ein guter Imagefilm transportiert das "Warum" Ihres Unternehmens. Was treibt Sie an? Was unterscheidet Sie von anderen? Das ist entscheidend für Ihre Positionierung. Gerade für KMU ist es wichtig, sich nicht über Größe, sondern über Persönlichkeit und Werte zu differenzieren. Ein Film kann genau das emotional transportieren und Ihren USP visuell auf den Punkt bringen.

3 Vertrauen aufbauen

Menschen vertrauen Menschen, nicht Logos. Ein Imagefilm zeigt Ihr Team, Ihre Philosophie und Ihren Arbeitsalltag – und baut damit eine emotionale Verbindung auf. Diese Form der Nahbarkeit ist heute ein bedeutender Wettbewerbsvorteil – sowohl in gesättigten Märkten als auch im Kampf um Talente.

4 Recruiting unterstützen

Gerade junge Bewerber:innen informieren sich vorab visuell über Arbeitgeber. Ein Film, der echte Einblicke bietet, ist oft der "Türöffner" für qualifizierte Talente. Studien zeigen, dass Unternehmen mit visuell geprägter Kommunikation im Schnitt 34 % mehr Bewerbungen erhalten als solche ohne Videoeinsatz. Besonders in ländlichen Regionen oder in spezialisierten Branchen kann dies ein entscheidender Hebel sein.

5 Vielseitige Einsetzbarkeit

Ein einmal produzierter Film kann auf vielfältige Weise eingesetzt werden: auf der Website, in Social Media, bei E-Mail-Kampagnen, bei Messen oder in der Kundenakquise. Auch in Präsentationen, bei Investoren oder in der internen Kommunikation entfaltet der Imagefilm seine Wirkung – als visueller Beweis für Innovationskraft und Engagement.

Der USP eines guten Imagefilms

Nicht jeder Film funktioniert. Entscheidend ist die Strategie dahinter. Ein professionell produzierter Imagefilm bietet Ihnen:

- Individuelle Markeninszenierung: Ihre Unternehmens-DNA steht im Mittelpunkt.
- Hohe technische Qualität: Bild, Ton, Musik und Schnitt auf TV-Niveau.
- Emotionale Ansprache: Geschichten statt bloßer Informationen.
- Multifunktionales Format: Einsetzbar über alle Kanäle hinweg.

Beispiel aus der Praxis: Ein Handwerksbetrieb aus NRW konnte seine Bewerberanzahl nach dem Einsatz eines authentischen Imagefilms innerhalb von 6 Monaten verdoppeln – bei gleichbleibender Ausschreibung und nur durch Einbindung auf Website und Social Media. Ein weiterer Kunde – ein Ingenieurbüro mit rund 25 Mitarbeitenden – berichtet von einem spürbaren Anstieg qualifizierter Bewerbungen sowie einer verbesserten Außenwahrnehmung in der Region. Auch Bestandskunden reagierten positiv, da der Film zusätzlich Vertrauen in die langfristige Unternehmensstabilität vermittelte.

Der Weg zum perfekten Imagefilm

Ein erfolgreicher Imagefilm entsteht nicht zufällig. Er ist das Ergebnis eines durchdachten Prozesses, bei dem Konzept, Inhalt, Technik und Strategie ineinandergreifen. Die folgenden Schritte helfen dabei, von der ersten Idee bis zur finalen Verwertung ein starkes audiovisuelles Markenstatement zu schaffen.

Schritt 1: Zieldefinition

Am Anfang steht die Frage: Was wollen wir mit dem Imagefilm erreichen? Mögliche Ziele sind:

- Kunden gewinnen
- Mitarbeitende rekrutieren
- Bekanntheit steigern
- Vertrauen aufbauen

Je klarer die Zielsetzung, desto einfacher ist es, ein fokussiertes Konzept zu erstellen.

Schritt 2: Konzeptentwicklung

Ein gutes Konzept stellt nicht das Unternehmen, sondern die Menschen und Werte in den Mittelpunkt. Hier entstehen erste Ideen für:

- Dramaturgie und Erzählstruktur
- Tone-of-Voice (ernst, emotional, humorvoll etc.)
- Auswahl der Protagonist:innen
- Drehorte, visuelle Stilmittel, Musikrichtung

Idealerweise entsteht an dieser Stelle bereits ein Storyboard oder Moodboard zur Visualisierung.

Schritt 3: Produktion

Die Dreharbeiten sollten professionell begleitet werden, um die Qualität zu sichern. Dazu gehören:

- Kamera- und Tontechnik auf höchstem Niveau
- Lichtsetzung für Atmosphäre und Wiedererkennung
- Interviews und Szenen mit echtem Bezug zur Unternehmenskultur
- ggf. Drohnenaufnahmen, Animationen oder Spezialeffekte

Schritt 4: Postproduktion

In der Postproduktion entsteht der Feinschliff:

- Schnitt, Farbkorrektur, Sounddesign
- Musikuntermalung mit Lizenzrechten
- Einblendungen, Texthilfen, ggf. Untertitel
- Einbindung von Logo, Farben und Schriften laut CI

Schritt 5: Veröffentlichung & Verwertung

Ein guter Film muss gesehen werden, um zu wirken. Darum ist es wichtig, auch die Verbreitung strategisch zu planen:

- Platzierung auf Website und Karriereportal
- Social-Media-Kampagnen mit Teaser-Clips
- Integration in Newsletter, Präsentationen oder QR-Codes auf Printmaterialien
- Nutzung bei Veranstaltungen, Webinaren oder im Vertriebsprozess

Tipps für maximale Wirkung

Damit ein Imagefilm sein volles Potenzial entfalten kann, sollten folgende Erfolgsfaktoren berücksichtigt werden:

Authentizität vor Perfektion: Menschen wollen echte Einblicke, keine geschönten Werbebilder.

Kurz und überzeugend: Ideal sind 60 bis 120 Sekunden.

Strategische Platzierung: Video allein reicht nicht – es muss aktiv verbreitet werden.

Mehrfachverwertung einplanen: Trailer, Kurzclips, Reels – aus einem Film lässt sich viel herausholen.

Feedback einholen: Intern wie extern – das hilft bei der Optimierung und zeigt Wirkung.

Häufige Fehler und wie man sie vermeidet

Auch bei der besten Planung können typische Fallstricke auftreten, die die Wirkung eines Imagefilms erheblich schmälern. Wer diese Fehler kennt, kann sie gezielt vermeiden:

1

Unklare Botschaft

Viele Imagefilme zeigen zwar schöne Bilder, sagen aber nichts aus. Ohne eine klare Kernbotschaft verliert der Zuschauer schnell das Interesse. **Tipp:** Formulieren Sie eine zentrale Aussage, die im Film klar transportiert wird – emotional, glaubwürdig und einprägsam.

2

Zu lang oder zu werblich

Ein Imagefilm ist kein Werbespot. Übertriebene Lobhudelei wirkt unglaubwürdig, eine zu lange Laufzeit ermüdet. **Tipp:** Halten Sie den Film kurz und setzen Sie auf authentische Aussagen statt Werbeslogans.

3

Mangelnde Zielgruppenorientierung

Ein Film, der „alle ansprechen soll“, trifft meist keinen wirklich. **Tipp:** Definieren Sie Ihre Hauptzielgruppe(n) und richten Sie Ton, Inhalte und Bildsprache gezielt auf deren Erwartungen aus.

4

Schlechte technische Qualität

Verpixelte Bilder, hallender Ton oder unsaubere Schnitte lassen das Unternehmen unprofessionell wirken. **Tipp:** Arbeiten Sie mit einem erfahrenen Dienstleister zusammen, der auf Corporate Video spezialisiert ist.

5

Fehlende Strategie zur Veröffentlichung

Ein noch so guter Film nützt wenig, wenn er nicht gesehen wird. **Tipp:** Planen Sie die Veröffentlichung von Anfang an mit: Plattformen, Kanäle, Timing, begleitende Kampagnen.



Warum jetzt der richtige Zeitpunkt ist

Die digitale Transformation und der Wandel in der Arbeitswelt führen dazu, dass Sichtbarkeit, Transparenz und Authentizität an Bedeutung gewinnen. Unternehmen, die heute auf hochwertige Bewegtbildkommunikation setzen, verschaffen sich:

- einen klaren Wettbewerbsvorteil im Kampf um Talente und Kunden
- eine stärkere Online-Präsenz mit besserer Sichtbarkeit in Suchmaschinen
- eine nachhaltige Markenbindung, weil Emotionen besser haften als Fakten

Zudem sind viele Plattformen heute stärker auf Video ausgelegt als je zuvor: YouTube, LinkedIn, Instagram und TikTok – wer dort sichtbar ist, bleibt im Gespräch. KMU, die sich frühzeitig mit einem starken Imagefilm positionieren, bauen eine moderne und glaubwürdige Außenwirkung auf, die mitwächst – unabhängig von kurzfristigen Trends.

Der erste Schritt: Mit Strategie zum Erfolg

Sie möchten loslegen? Dann starten Sie mit einem kostenlosen Strategiegelgespräch. Dabei klären wir gemeinsam:

- Ihre Ziele und Zielgruppen
- Ihre bisherigen Maßnahmen
- Ihre Positionierung im Markt
- Ihr konkretes Budget und Zeitrahmen

Auf dieser Basis entwickeln wir ein individuelles Filmkonzept – abgestimmt auf Ihre Bedürfnisse, Werte und Kommunikationsziele. Ein Imagefilm kann viel – wenn er richtig gemacht wird. Gehen Sie ihn strategisch an, und Sie schaffen ein Werkzeug, das Ihnen über Jahre hinweg Nutzen bringt.

Jetzt kostenlos beraten lassen:

 www.digital-media-services.de/kontakt