

W&A

MARKETING | MEDIA | DIGITALE KOMMUNIKATION

ÜBER 185 JOBS IM
ONLINE-STELLENMARKT

MEDIA | 40

Das neue Rauschen im Blätterwald

Weltweit wurden im ersten Halbjahr 2014 deutlich mehr Magazine gestartet als im Vorjahr. Auch deutsche Verlage trugen dazu bei. Wird Print neues Vertrauen entgegengebracht?



Get your customised X-mas gift!



Special
colour



Logo on
wheel caps



Laser
engraving



Customised
lining



Embossed
logo

Samsnit

BY YOUR SIDE

Further info and contact details
www.samsonite.de
werbemittel@samsonite.com

Einfach erklären

POTENZIAL Der deutsche Markt für Erklärfilme boomt. Von dieser Situation profitieren nicht nur die Spezialisten, sondern auch branchennahe Wettbewerber wie Filmproduktionen.



Raiser: „Mittlerweile machen Easyclips zehn Prozent unseres Umsatzes aus.“



Bilz-Gemuth: „Die Erklärvideos helfen dem Verlag bei der Imagepflege.“

Kein hektisches Herumlaufen oder lästige Dauerklingeln der Telefone. In den Räumen von Infotainweb herrscht eine entspannte Atmosphäre. Hochkonzentriert sitzen die Mitarbeiter in der Münchner Isarvorstadt an ihren Tischen. Zu tun gibt es mehr als genug für die Erklärvideo-Spezialisten. 2007 haben Stefan Huber und Max Jörg Infotainweb gegründet. Heute sind es rund 25 Kollegen, die für Kunden wie Obi, Deutsche Bahn oder auch Siemens arbeiten. In der Mannschaft sind gleichermaßen Werber, TV-Autoren, Redakteure, Pädagogen, Zeichner und Techniker. In den vergangenen zwei Jahren wuchs die Firma um jeweils 50 Prozent.

Der Markt für Erklärfilme boomt. Produkte und Dienstleistungen werden komplexer. Damit wächst der Bedarf an der effizienten Vermittlung von Inhalten. Eine Lösung sind Filme, die online jederzeit abgerufen werden können. Der deutsche Markt zählt aktuell rund 70 Produktionsfirmen für Erklärvideos, darunter auch Anbieter aus der Filmbranche. Rechnet man Freelancer hinzu, sind es bis zu 150 Wettbewerber.

Vorreiter bei den erklärenden Bewegtbildformaten sind die Stuttgarter von Simpleshow, gegründet 2008. Aus der Idee heraus, verständlichen Inhalt kostengünstig darzustellen, entwickelte sich die gegenwärtig größte deutsche Firma für Erklärvideos mit über 100 Mitarbeitern.

Das Prinzip: „Wenn Dinge einfach erklärt werden und Spaß machen, dann erinnert man sich auch besser daran“, so Sandra Böhrs, Vorsitzende der Geschäftsführung. Gemeinsam mit Infotainweb, nach eigenen Angaben die Nummer drei in Deutschland, haben die Schwaben für 2014 ein Marktvolumen von 30 Millionen Euro errechnet. Bis 2020 sollen Unternehmen rund 250 Millionen Euro für die Produktion von Erklärvideos investieren, so die Prognose. Im Durchschnitt werden pro Film und je nach Aufwand zwischen 1000 und 20 000 Euro berechnet.

Mittlerweile haben die Spezialanbieter Konkurrenz aus der branchennahen Umgebung bekommen. So sind beispielsweise sogenannte „Easyclips“ im Angebot der Filmproduktion Schokolade fester Bestandteil. Für Bosch oder Roche setzen

Kurz und bündig

Was macht ein Erklärvideo aus?

Erklärvideos dienen der effektiven Informationsvermittlung innerhalb kürzester Zeit. In den ein- bis dreiminütigen Videos werden wesentliche Punkte einer komplexen Thematik effizient zusammengefasst. Vor allem die Aufbereitung des Inhalts zu einem unterhaltsamen und informativen Clip steht dabei im Vordergrund. Die visuelle Umsetzung geschieht über animierte Illustrationen, Grafiken und Fotos.

die Stuttgarter Inhalte um, die für die interne Unternehmenskommunikation eingesetzt werden. „Da die Vermittlung interner Inhalte immer wichtiger wird, lösen diese animierten Clips nach und nach die Powerpoint- oder Keynote-Präsentation ab“, sagt Inhaberin Anja Raiser.

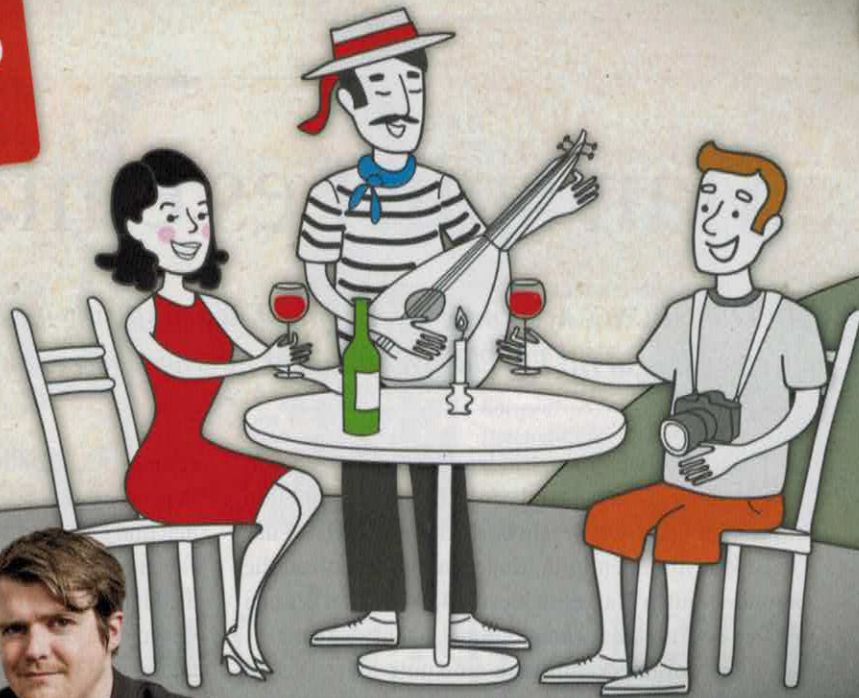
Vielseitig einsetzbar

Die eingängigen Spots werden inzwischen von allen Branchen eingesetzt. Simpleshow arbeitet beispielsweise für Unternehmen wie das Fraunhofer Institut oder MAN. Für den Maschinenbaukonzern produzierten die Schwaben erst kürzlich ein B2B-Video, um Vertriebspartnern die Zulassungsfähigkeit von MAN-Fahrzeugen in anderen Ländern verständlicher zu machen.

Auch in der B2C-Kommunikation funktioniert das Prinzip der animierten Erklärfilme. Allein auf Youtube finden sich Tausende Streifen, die Laien helfen. Absender sind immer öfter die Anbieter und Hersteller selbst. Denn wer gut erklärt, poliert damit sein Image auf. Das weiß auch der Verlag MairDumont. Er nutzt die Clips für die Marco-Polo-E-Book-Reiseführer. In den Spots (Produktion: Infotainweb) werden dem Kunden die verschiedenen Anwendungsmöglichkeiten der digitalen Reiseführer erklärt.

„Der Trend geht hin zu Animationen, Zeichnungen und Illustrationen, da diese visuell mehr Möglichkeiten bieten als

Die besten MARCO POLO Insider-Tipps



NEU AUFGESTELLT

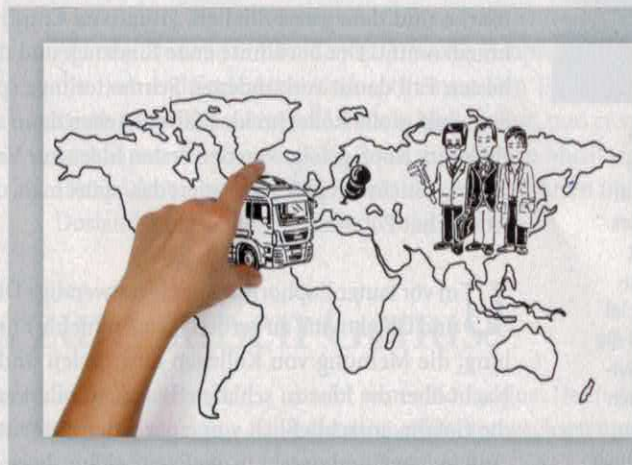
Oben: Ganz simpel erklären die Videos der Münchner Agentur Infotainweb, welche Vorteile die neuen E-Book-Reiseführer von Marco Polo haben. Unten: Stefan Huber (l.) und Max Jörg, Infotainweb AG.

das Realbild. Das unterhaltende und erzählende Element spielen dabei eine entscheidende Rolle“, erklärt Stefan Huber. Das scheint gut anzukommen. Laut Peter Bilz-Wohlgemuth, Head of Digital Travel Brands bei MairDumont, plant der Verlag bereits weitere Erklärvideos für die anderen Marken Lonely Planet, Dumont und Stefan Loose.

Die meisten Anbieter für Erklärvideos erhalten ihre Aufträge über Empfehlungen. Noch. Denn die Spezialisten rechnen mit großer Konkurrenz aus den Reihen der PR- und Werbeagenturen sowie aus den hausinternen Abteilungen der Unternehmen. „Der Grund für die Erfolgsgeschichte ist ein einfacher: Erklärvideos haben ein ideales Kosten-Nutzen-Verhältnis, die positive Bilanz ist meistens messbar“, weiß Huber. Das wüssten auch die Unternehmen.

Glaubt man ihm, dann gibt es rund 700 000 Unternehmen aus verschiedenen Branchen, die als Kunden infrage kommen. Da ist noch Luft nach oben.

Thuy Linh Nguyen | agenturen@wuv.de



B2B

Für internationale Vertriebspartner des Fahrzeug- und Maschinenbaukonzerns MAN, Hauptsitz München, kreierte Simpleshow ein B2B-Video über die Zulassungsfähigkeit von MAN-Produkten im Ausland.

OBI

Rat & Tat

Balkon bepflanzen



DO IT YOURSELF

Die Rat-&-Tat-Erklärvideos des Baumarktriesen Obi stammen ebenfalls aus der Feder von Infotainweb. Nach Aufgaben des Unternehmens wird es zukünftig ein festes Budget für die Bewegtbildkommunikation geben.