

Expertentipps via Webfilm

Raiffeisen-Leasing setzt verstärkt auf Social Media und informiert Kunden und Interessierte auch mit **Webfilmen** über ihr umfangreiches Produktportfolio.

Ungewohnte Szenen im Büro von Alfred Berger, Geschäftsführer der Raiffeisen-Leasing-Fuhrparkmanagements: Ein Kameramann ist vor dessen Schreibtisch in Position gegangen, blendet einen Scheinwerfer auf und bittet den Manager zu erklären, wie Fuhrparkmanagement funktioniert, welche Vorteile das Outsourcing für Unternehmen hat und welche Kosten dadurch eingespart werden können.

Kamera ab, Ton ab, Klappe die erste. Alfred Berger beginnt zu sprechen und wirkt dabei sehr entspannt. Doch leider passt mit dem Mikrofon etwas nicht. Also Cut. Das Mikro wird neu eingestellt, die Sequenz von Anfang an wiederholt. Mit der Zeit eine durchaus schweißtreibende Arbeit. Aber der Fuhrparkmanager bleibt cool. Zum Abschluss noch ein paar Szenen mit dem Segway vor dem Bürohaus im Freien. Auch das eine Herausforderung. Die Belichtung muss passen, die Dynamik der Bewegungen und natürlich darf der Wind nicht im Mikro rauschen.

Nach knapp zwei Stunden ist alles „im Kasten“. Jetzt wird der Kurzfilm professionell geschnitten und in Kooperation mit der Tageszeitung „Die Presse“ im Internet veröffentlicht. Parallel dazu erscheint in der Printausgabe der Presse ein Begleitartikel, in dem als Hinweis auf den Film ein QR-Code abgebildet ist.

Für alle Interessierten:
www.youtube.com, Suche -> Raiffeisen-Leasing



„Einfach mobil mit dem Fuhrparkmanagement von Raiffeisen-Leasing“

„Besser fahren mit Raiffeisen-Leasing“



Foto: Raiffeisen-Leasing/Bettina Gartner



Beim Dreh zum Webfilm „Einfach mobil“ mit Alfred Berger vor der Raiffeisen-Leasing-Zentrale in der Wiener Hollandstraße

Über diesen Code haben Leser mit Smartphone Zugang zum Internet und können sich den Film dort unmittelbar ansehen.

Wozu diese neue Form der Kommunikation? „Das Thema Fuhrparkmanagement ist für die herkömmlichen, einfachen Präsentationsmedien sehr komplex. Wir haben daher eine alternative Lösung gesucht, die sowohl die Sachinformation vermittelt als auch emotional ansprechend ist“, sagt Berger. „In einem klassischen Inserat mit drei Zeilen Text lässt sich das umfassende Dienstleistungsprodukt Fuhrparkmanagement nicht erklären“, ergänzt Katharina Stögner, Leiterin Marketing & PR der Raiffeisen-Leasing, „und fünf dichtbedruckte Seiten mit detaillierter Backgroundinformation in einem Magazin liest niemand. Wenn sich aber ein Mitarbeiter der Raiffeisen-Leasing aus seinem Alltagsumfeld heraus in einem durch Szenenwechsel kurzweilig gestalteten Film zu Wort meldet, erzeugt das hohe Aufmerksamkeit.“

„Wir wollten bewusst keine Schauspieler engagieren, sondern alles selbst machen und unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einbinden. Damit können wir uns aus unserem Arbeitsalltag heraus ganz natürlich darstellen. Das ist ehrlich, authentisch und macht uns glaubhaft“, so Berger.

Bislang wurden zwei Webfilme zu den Bereichen Fuhrparkmanagement und Kfz-Leasing produziert, zwei weitere Filme zu den Themen Immobilien und Nachhaltigkeit sind in Vorbereitung. „Bei unseren Kunden stoßen diese audiovisuellen Botschaften auf großes Interesse. Unmittelbare Auswirkungen auf das Geschäft können freilich nicht gemessen werden, aber sicher ist, dass wir uns durch diese Form der Kommunikation von den Mitbewerbern abheben und damit auffallen“, ist Berger überzeugt. ■