

Was ist ein Recruiting Video?

Ein gutes Recruiting Video vermittelt **authentische Einblicke in den Arbeitsalltag und relevante Informationen** auf schnelle und emotionale Weise. Ob unterwegs oder zuhause: Videos sind schnell zugänglich und transportieren Emotionen und Inhalte eindrücklicher als Text. **Anders als ein Imagefilm**, der sich primär an Kunden und Geschäftspartner richtet, zielt ein Recruiting-Video auf potenzielle Bewerber und soll konkret offene Stellen besetzen. Doch was braucht ein überzeugendes Video? Welche Inhalte zählen wirklich – und wie viel Planung, Aufwand und Teamarbeit sind nötig?

1. Plan erstellen

- Zielgruppe und Zweck festlegen
- Art des Videos (animiert, Interview von Mitarbeitern etc.)
- Rahmenbedingungen und Zeitraum festlegen (Wann soll gedreht werden? Was und wer soll gezeigt werden? Welche Räumlichkeiten? etc.)
- DSGVO-Regeln beachten

2. Vorbereitungen

- Grobes Skript erstellen: Ablauf/Reihenfolge, Welcher Raum soll gezeigt werden? Welche Situationen im Arbeitsalltag?
 - Protagonisten, Location und Rahmenbedingungen festlegen
- **Einfacher, desto realer ist das Erlebnis**

3. Technik

- Gute Bild- und Tonqualität
- Hohe Bildauflösung (Kamera oder gute Handykamera)
- Nutzung/Bereitstellung externer Mikrophone

4. Dreh

- Beleuchtung überprüfen
- Authentische Arbeitssituation zeigen
 - **15–30 Sekunden** (Ideal für Social Media Ads [z. B. Instagram, TikTok, Facebook])
 - **30–60 Sekunden** (guter Standard für die meisten Recruiting-Kampagnen)
 - **60–90 Sekunden** (max.) (Nur sinnvoll bei zusätzlichen Einblicken oder mehr Kontext [z. B. Unternehmenskultur])
- Möglichst freies Sprechen > wirkt authentischer als ein auswendiggelernter Text
- Verschiedene Kameraperspektiven ausprobieren
- Im goldenen Schnitt filmen
- Ggf. Stativ nutzen

5. Nachbearbeitung

- Verschiedene kostenlose Apps (z. B. iMovie, YouCut)
- Formate an mobile Endgeräte/Social Media Formate anpassen
- Optional: Effekte, Voice Over etc. ggf. Zusammenarbeit mit einer Agentur

6. Veröffentlichung

- Auf Homepage einbinden
- Auf Social-Media-Kanälen veröffentlichen (z. B. Instagram, TikTok, Youtube)

Hinweis: Unternehmen sollten in ihrer Außendarstellung stets ein professionelles Auftreten wahren. Besonders bei Videoproduktionen ist es entscheidend, Kenntnisse in Storytelling und dem Umgang mit technischem Equipment mitzubringen. Fehlen dafür Zeit oder Ressourcen im eigenen Team, ist es sinnvoll, auf die Unterstützung einer erfahrenen Videoagentur zurückzugreifen.

