



MESSEFILME



**Messefilme strategisch nutzen, um
Veranstaltungen nachhaltig zu verlängern
und gewonnene Kontakte zu vertiefen**

DEICHBlick GmbH

Inhaltsverzeichnis

01

Grußwort

02

Strategischer Nutzen
Messefilm

03

Was ist ein Messefilm?

04

Welche Ziele erreicht ein
Messefilm?

05

Inhaltliche Schwerpunkte

06

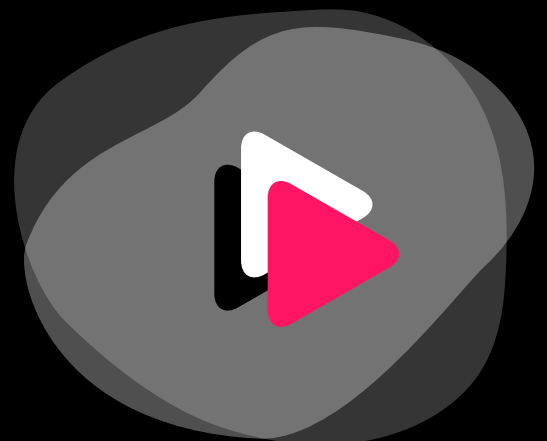
Wo kann der Film eingesetzt
werden?

07

Erfolgreiche Kommunikation

08

Was gilt es zu beachten?



Liebe Leserinnen und Leser

In unserer zunehmend digitalisierten Welt, in der Inhalte blitzschnell geteilt und konsumiert werden, ist der Einsatz der filmischen Dokumentation wichtiger denn je.

Messefilme stellen eine innovative Methode dar, um die Aufmerksamkeit und Treue Ihrer Kund*innen zu erhalten.

Eindrucksvolle visuelle Erlebnisse ermöglichen es Unternehmen, eine tiefere Beziehung zu ihrer Zielgruppe aufzubauen und nachhaltig in Erinnerung zu bleiben.

Messefilme erzählen Geschichten, die Emotionen wecken und über das Event hinaus weitere Kommunikationsanlässe mit Ihrer Zielgruppe schaffen und Ihr Unternehmen bestmöglich vermarkten.

Sie schaffen eine Palette an Touchpoints, die die Positionierung in der Öffentlichkeit stärken können, bringen Sie oder Ihr Unternehmen ins Gespräch, wecken das Interesse potenzieller Bewerber*innen und können darüber hinaus das Engagement bestehender Mitarbeiter*innen wecken, um nur einige Vorteile eines Messefilms zu nennen.

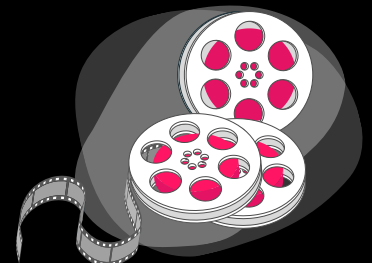
Mit dem Einsatz von Messefilmen und Aftermovies erreichen Sie mit einer Veranstaltung viele zusätzliche Kontakte und bieten nachhaltig inhaltlichen Mehrwert.

In diesem Whitepaper erfahren Sie, wie Sie **Messefilme strategisch nutzen** können, um Ihre Veranstaltungen überzeugend zu repräsentieren und nachhaltig zu verlängern.

Viel Spaß bei der Lektüre wünscht Ihnen

Björn Upadek

Björn Upadek |
Geschäftsführung



Strategischer Nutzen Messefilm: Vor, während und danach

Messefilme unterstützen Sie dabei von Ihrem Messeauftritt maximal zu profitieren. Mit Video-Content, der vor, während und nach der Messe eingesetzt werden kann.

Vor der Messe:

Ein erfolgreicher Messeauftritt beginnt schon vor der eigentlichen Veranstaltung. Mit passenden Ankündigungstrailern erhöhen Sie schon im Vorfeld das Interesse der Besucher*innen. Mit einer gezielten Marketingstrategie verschaffen Ihnen Messefilme maximale Reichweite.



Geeignete Formate:

(grafische) Teaser & Trailer für Social Media, Newsletter, Website

Während der Messe:



Während der Messe können Sie Ihr Publikum direkt an Ort und Stelle begeistern. Vorab produzierte Videoformate verleihen Ihrem Stand Aufmerksamkeit und können unterhaltsam Informationen vermitteln.

Geeignete Formate:

Imagefilme, animierte Erklärfilme, Videoloops

Nach der Messe:

Nach der Messe haben Sie die optimale Möglichkeit, wertvolle Einblicke und Eindrücke zu teilen und die Personen zu erreichen, die nicht vor Ort waren.



Geeignete Formate:

Messedokumentation, Reportagen, Interviews



Was ist ein Messefilm?

Eine Messefilm ist eine visuelle und audiovisuelle Aufzeichnung eines Ereignisses oder einer Veranstaltung mit dem Ziel, die Geschehnisse, Atmosphäre und wichtigen Momente festzuhalten.

Messefilme sind im besten Falle **maximal drei Minuten lang** und verknüpfen ausgewählte Szenen mit passender Musik, um ein emotionales Film-Erlebnis zu kreieren.

Die resultierenden Materialien können vielfältig verwendet werden, vom internen Einsatz über Marketing-Ausspielungen bis hin zu archivarischen Zwecken.

Welche Ziele erreicht ein Messefilm?



Erhöhung der Reichweite

Ein Messefilm ermöglicht es, die Botschaft der

Veranstaltung über die Grenzen des physischen Events hinaus zu tragen. Dies bietet sich besonders bei Produkt-Launches an oder bei wichtigen Neuerungen, die vor Ort kommuniziert werden.

Stärken der Positionierung

Durch die Ausspielung des Messefilms im Nachgang wird das Unternehmen z.B. durch die aufgezeichneten Vorträge als Expert*in auf wahrgenommen oder zeigt Marktstärke im Wettbewerbsumfeld.

Kund*innenbindung

Messefilme tragen maßgeblich zur Kund*innenbindung bei, da sie emotionalisieren und das Marken- oder Unternehmensprofil über das aufgezeichnete Live-Ereignis authentisch schärfen. Sie besitzen das Potenzial, Gefühle und Erinnerungen an das Event zu entfachen, was die Kund*innenloyalität steigern und Neugeschäfte generieren kann.

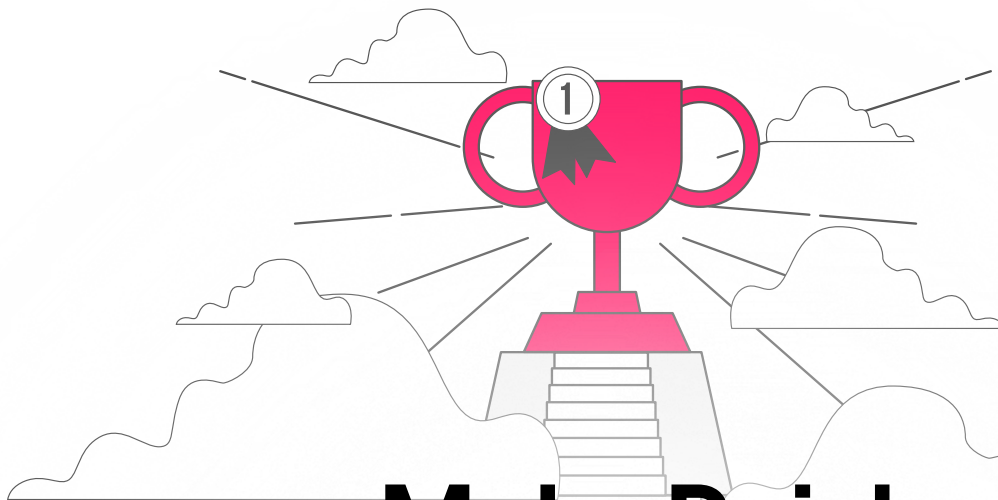
Content-Kreation

Ein im Vorfeld erstellter Dreh- und Content-Plan ermöglicht eine umfangreiche Produktion vor Ort ohne dass weitere Kosten entstehen.

Neben der Event-Dokumentation können z.B. anwesende Mitarbeitende interviewt werden, Kund*innen zu Wort kommen oder Produktaufnahmen erstellt werden, die im Nachgang und in ganz anderen Kontexten so budgeteffizient eingesetzt werden können.

Employer Branding

Messefilme lassen sich ebenfalls effektiv für kommende Employer-Branding-Aktionen einsetzen. Die ungestellten Aufnahmen der Messe machen die eigene Arbeitgeber*inmarke authentisch erlebbar.



Mehr Reichweite
Stärkere Bindung
Klare Positionierung
Wertvoller Content

Welche inhaltlichen Schwerpunkte gibt es?

Chronologische Aufzeichnung:

Die einzelnen Messetage werden oft in der Reihenfolge ihres Auftretens gefilmt, um einen vollständigen und unverfälschten Überblick über die Veranstaltung zu bieten.

Festhalten wichtiger Momente:

Spezielle Highlights aus dem Messe-Rahmenprogramm, wie z.B. Keynote-Reden und Diskussionen, Preisverleihungen oder besondere Ankündigungen, werden detailliert dokumentiert und geben das Gefühl selbst dabei gewesen zu sein.

Einfangen von Teilnehmer*innenstimmen:

Interviews mit Referent*innen, Teilnehmer*innen und Unternehmensvertreter*innen vertiefen die aufgezeichneten Ereignisse und schaffen Glaubwürdigkeit.

Aufzeichnen der Atmosphäre:

Dynamische Schnittbilder von Teilnehmenden, der Location oder anderen Details machen die Veranstaltung greifbar.

Networking und Interaktion:

Die Begegnungen zwischen den Teilnehmer*innen wird beschrieben und Emotionen geweckt.

Social Media Produktion:

Die Aufnahmen werden so produziert, dass sie ebenfalls auf verschiedenen Social Media Kanälen geteilt werden können, um die Reichweite und Sichtbarkeit zu erhöhen.



Mögliche Schwerpunkte

Chronologische Aufzeichnung

Festhalten wichtiger Momente

Einfangen von Teilnehmer*innenstimmen

Aufzeichnen der Atmosphäre

Networking und Interaktion

Social Media Produktion

Wo kann der Film eingesetzt werden?

Für interne Zwecke

Rückblick und Analyse der Veranstaltung:

Screening der Messe-Aufnahmen mit verschiedenen Teams, um Ideen für zukünftige Veranstaltungen zu sammeln und umzusetzen.

Motivation und Teambuilding:

Filmische Dokumentationen von Veranstaltungen können die Moral und den Zusammenhalt von Teams stärken, indem sie die gemeinsamen Erfolge festhalten und den Mitarbeitenden die Möglichkeit geben, ihre Erlebnisse und Errungenschaften kollektiv zu feiern und wertzuschätzen.

Fortbildungen für bestehende Teams:

Aufzeichnung von Fachvorträgen zur späteren Ansicht durch die Abteilungen, um kontinuierliche Lernmöglichkeiten zu schaffen.

Archivierung:

Bewahrung als historisches Dokument, das die Entwicklung und die Meilensteine einer Organisation oder eines Ereignisses festhält. Rohmaterial kann z.B. in einem Jubiläumsfilm kostengünstig zweitverwertet werden.

Für die externe Kommunikation

Live-Kommunikation:

Die Community wird via Social Media über Hashtags und Posts auf dem Laufenden gehalten. Besonders effektiv bei mehrtägigen Veranstaltungen. Der Nutzen: Aufmerksamkeit über das physische Treffen hinaus, Imagebildung und Wertschätzung der Teilnehmenden.

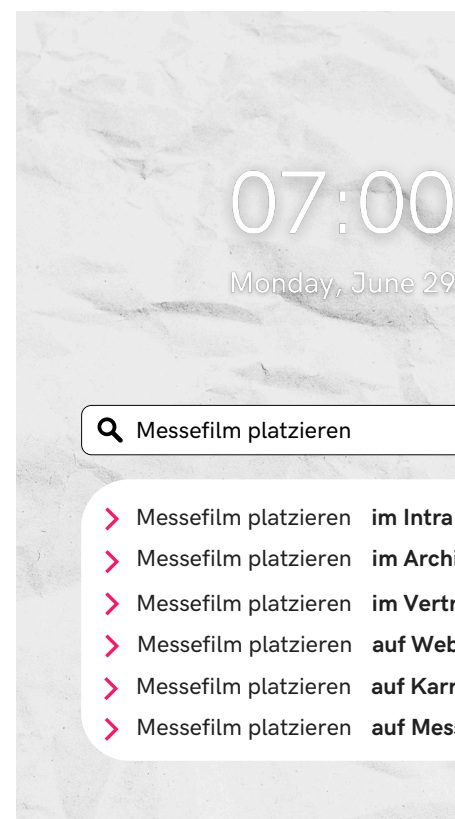
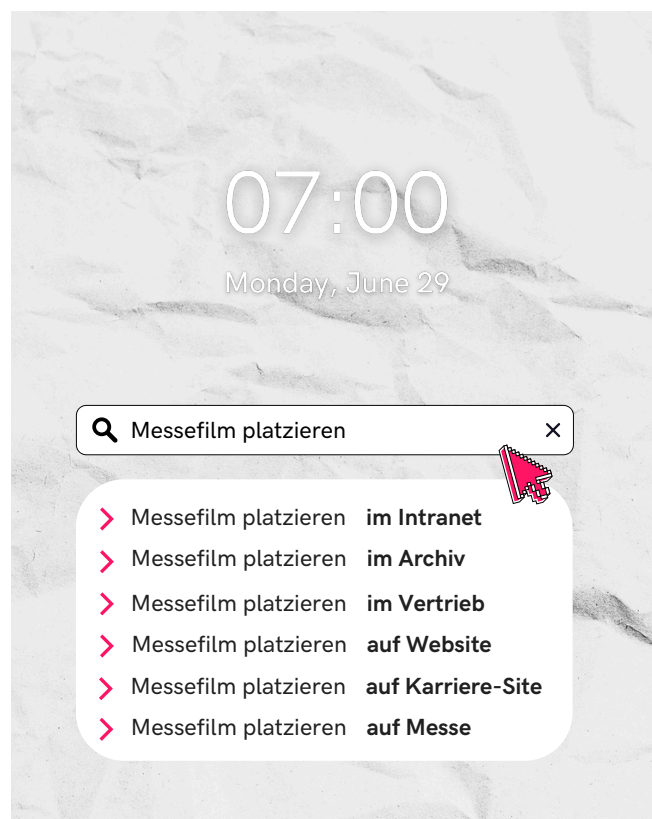
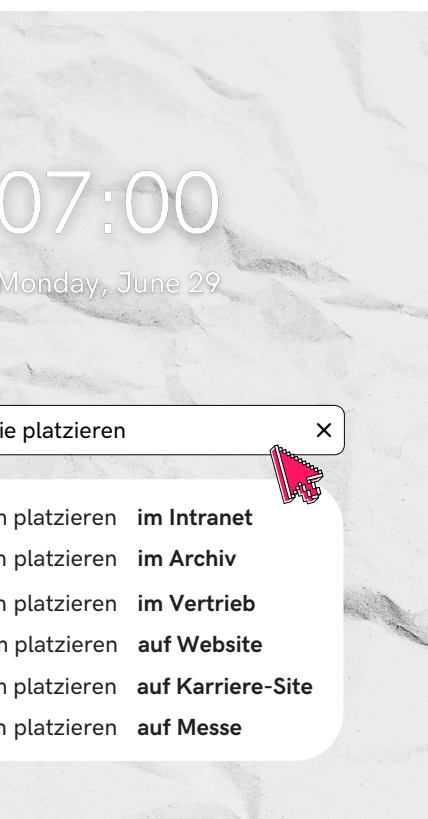
Follow-Up Kommunikation: Teilen der Highlights der Veranstaltung mit Teilnehmenden und Danke sagen; Learnings und Key Aspects prägnant zusammengefasst als weiteren Kommunikationsanlass unterstützen den Vertrieb, z.B. über E-Mail-Kampagnen.

Aufmerksamkeit und Begehrlichkeit bei Nicht-Teilnehmenden wecken:

Versand des Aftermovies an No-Show-Teilnehmende, um das Gefühl „FOMO“ (Angst, etwas zu verpassen“) auszulösen, das dazu verleitet zukünftige Veranstaltungen zu besuchen oder sich mit dem Unternehmen hinter dem Event näher zu befassen.

Bewerbung kommende Veranstaltung(en):

Filme vergangener Messen können, neu arrangiert, für die Ankündigung zukünftiger Veranstaltungen eingesetzt werden, um Teilnehmende zu gewinnen.





Externe Kommunikation

Messe-Highlights für die Markenkommunikation, Sichtbarkeit und Interaktion

Inhalte für Social Media und Unternehmenswebsite:

Durch das Teilen von kurzen Videoclips vom Messeauftritt können das Online-Engagement gefördert und die Sichtbarkeit der Marke erhöht werden. Zum Beispiel Veröffentlichung von Interviews mit Keynote-Sprecher*innen oder Autor*innen auf YouTube und Instagram, um größere Reichweite und Interaktion zu erzielen. Oder um nochmal auf die Messe-Aktivität aufmerksam zu machen.

Pressearbeit:

Nutzung der filmischen Dokumentation für Pressemitteilungen und Berichterstattung; ausgewählte Aufbereitung des bestehenden Materials für explizite journalistische Anfragen zum Beispiel zum Thema „Branchen-Stimmung“ sorgt für journalistische Platzierungen und Imagebildung.

Messe-Ausspielung:

Auf Messen kann der Eventfilm wirkungsvoll eingesetzt werden, um durch kontinuierliche Wiedergabe auf Bildschirmen am Stand Aufmerksamkeit zu generieren und Besucher anzulocken.

Präsentationen für Stakeholder*innen und Investor*innen:

Die Videoaufnahmen können genutzt werden, um die Unternehmensvision und aktuelle sowie künftige Projekte effektiv zu präsentieren.

Ansprache potentieller Mitarbeitenden

Filmische Dokumentationen von Events oder Messen bieten eine hervorragende Gelegenheit, das Employer Branding und Recruiting zu stärken. Hier sind einige Ansätze, wie diese genutzt werden können:



Darstellung der Unternehmensexpertise



Behind-the-Scenes-Material



Mitarbeitende im Rampenlicht



Netzwerken und soziale Aspekte



Feedback von Kund*innen und Partner*innen



Einblicke in Unternehmenswerte und Initiativen



Multimediale Jobanzeigen



Content-Marketing



Onboarding neuer Mitarbeitende



Follow-up-Kommunikation nach dem Event



Erfolgsgeschichten veröffentlichen



Ansprache potentieller Mitarbeitenden

Darstellung der Unternehmensexpertise:

Nutzen Sie Aufnahmen von Mitarbeiter*innen auf Fachmessen und Konferenzen, um Fachkenntnisse und Branchenführerschaft Ihres Unternehmens zu demonstrieren. Dies vermittelt potenziellen Kandidat*innen, dass sie Teil eines führenden und wissensbasierten Teams werden können.

Behind-the-Scenes-Material:

Zeigen Sie, was im Hintergrund von Messen und Events passiert – Teamarbeit, die Vorbereitung von Präsentationen oder den Aufbau eines Messestands. Das gibt Einblicke in die Arbeitskultur und das Engagement des Teams.

Mitarbeitende im Rampenlicht:

Präsentieren Sie Mitarbeiter*innen, die bei Messen als Sprecher*innen auftreten oder Workshops leiten, um das Talent und die Entwicklungsmöglichkeiten im Unternehmen hervorzuheben.

Netzwerken und soziale Aspekte:

Dokumentieren Sie, wie Ihre Mitarbeiter*innen auf Messen und Events netzwerken. Dies betont den sozialen Aspekt und die Möglichkeiten des beruflichen Wachstums durch Ihr Unternehmen.

Feedback von Kund*innen und Partner*innen:

Integrieren Sie positive Rückmeldungen von Kund*innen und Partner*innen, die auf Messen eingefangen wurden, um die Wirkung Ihres Unternehmens auf andere und die Qualität Ihrer Arbeit zu zeigen.

Einblicke in Unternehmenswerte und Initiativen:

Nutzen Sie filmisches Material von Veranstaltungen, das die Einhaltung von Unternehmenswerten wie Nachhaltigkeit, Innovation oder Gemeinschaftsengagement zeigt.

Multimediale Jobanzeigen:

Verwenden Sie Clips der Messe in Jobanzeigen, um ein dynamisches Bild des Unternehmens zu vermitteln und die Anzeigen lebendiger zu gestalten.

Content-Marketing:

Nutzen Sie die Videos, um auf Ihren Karriereseiten oder in Social Media Beiträgen Geschichten zu erzählen und zu zeigen, dass Ihr Unternehmen ein spannender Ort zum Arbeiten ist.

Onboarding neuer Mitarbeiter*innen:

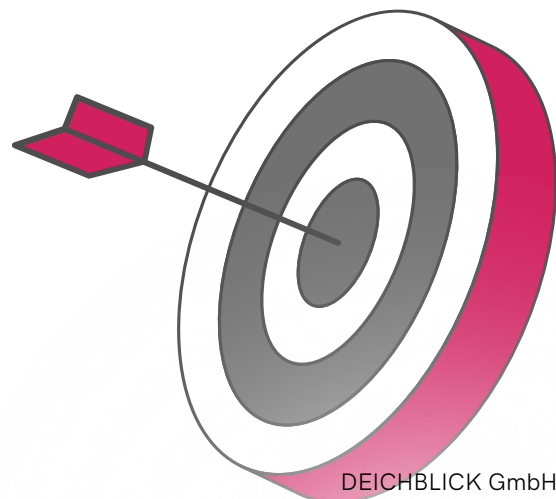
Verwenden Sie Aufnahmen von Unternehmensveranstaltungen, um neuen Teammitglieder*innen einen breiteren Kontext zu geben, in dem das Unternehmen operiert, und um sie schneller in die Unternehmenskultur zu integrieren.

Follow-up-Kommunikation nach der Messe:

Versenden Sie personalisierte Nachrichten mit Video-Highlights der Messe an potenzielle Kandidat*innen, die sich für Karrierechancen interessieren könnten.

Erfolgsgeschichten veröffentlichen:

Erzählen Sie in einem kurzen Dokumentarfilm, wie Veranstaltungen und Messen zur Karriereentwicklung einzelner Mitarbeiter*innen beigetragen haben.





Was gilt es zu beachten?

Datenschutz:

Für die Nutzung von Bildern und Interviews in Messefilmen ist die Einwilligung der abgebildeten Personen gemäß Datenschutzgesetzen notwendig. Diese wird durch vorherige Ankündigungen, sichtbare Hinweise während der Veranstaltung und unterschriebene Einwilligungen bei der Anmeldung erreicht. Zudem müssen Teilnehmer*innen die Option haben, die Verwendung ihrer Bilder nachträglich zu untersagen. Klare Kommunikation über die Bildnutzung fördert Vertrauen und minimiert rechtliche Risiken.

Timing:

Das Timing und die gezielte Verbreitung von Aftermovies sind entscheidend, um das Publikum nicht zu verlieren und die Präsenz des Events zu verlängern. Die schnelle Freigabe und Veröffentlichung des Films nach der Messe hält die Erinnerung lebendig und erhöht die Chancen der weiteren Interaktion.

Beteiligte Mitarbeitende:

Eine erfolgreiche Film-Verbreitung erfordert die Zusammenarbeit aller Abteilungen - von der Fachabteilung über Event-Management, Marketing, Vertrieb bis hin zu PR und Kommunikation. Ein Briefing ermöglicht es dann dem Film-Team, die essentiellen Sequenzen für die effektive Präsentation und Verbreitung des Films einzufangen.



Die Weichen für die effiziente Erstellung und erfolgreiche Auspielung eines Messefilms werden im Vorfeld des eigentlichen Drehs gestellt.

Sehr gerne unterstützen wir Sie dabei, klären, was Sie wie, wo und bei wem erreichen wollen und mit einem Messefilm erreichen können.



Reden wir.

Björn Upadek

Telefon: (0)421 699 255-26

E-Mail: b.upadek@deichblick.com