

Case Study:

Video-Marketing

Wie man mit einer Investition von
8 Stunden, 1 Workshop und 100 € bei
Facebook & YouTube durchstartet

netspirits.

Hintergrund & Projektbeschreibung

BAR-TEK® Motorsport wurde 1999 von Bartek Bartoszewicz gegründet, der davor viele Jahre in der Formel 1 für Toyota und Michael Schumacher selbst gearbeitet hatte. Das Unternehmen ist auf das Tuning von Motoren spezialisiert und hat sich in diesem Nischenmarkt erfolgreich etabliert.

BAR-TEK® Motorsport beauftragte netspirits ursprünglich für ein Suchmaschinenoptimierungsprojekt. Im Austausch mit den anderen Abteilungen entschied Bartek sich, eine Schulung zum Thema Videoproduktion bei uns zu machen. Das Ziel war, zu lernen, wie man attraktive und zielgruppengerechte Videos für YouTube und Facebook selbst produziert.

Von Natur aus "DIY"-Menschen, nehmen BAR-TEK-Angestellte Dinge gerne in die eigene Hand. Wir sollten ihnen nur das Werkzeug dazu liefern.

Unser Kunde auf einen Blick

Branche: Kfz-Mechanik

Gründungsjahr: 1999

Größe: 10–20 Mitarbeiter

Markt: Deutschland

Use Case: Video-Marketing

Unsere Maßnahmen

Ein Mitarbeiter aus unserer Social-Media-Abteilung und ein BAR-TEK-Angestellter schlossen sich für einen halben Tag in unser Refugium, um das stramme theoretische Schulungsprogramm zu absolvieren. Danach ging es an den Drehort in die Werkstatt. Licht, Ton, Videos drehen, das alles sollte live und vor Ort umgesetzt werden. Unser Workshop legte den Schwerpunkt auf zwei Themenbereiche:

Videogrundlagen, u. a.

- Theorie der Bildgestaltung sowie die Inszenierung des Inhalts
- Erstellung eines Storyboards
- Einführung in den Umgang mit Videotechnik

Videopraxis, u. a.

- Grundlagen des Videodrehes, Bildaufbaus und Ausleuchtung
- Import des Filmmaterials
- Videoschnitt
- Kreation von Videotafeln
- Vertonung

Mit Abschluss des Seminars und nach einer zusätzlichen 100-Euro-Investition in Videoausrüstung konnte es losgehen.

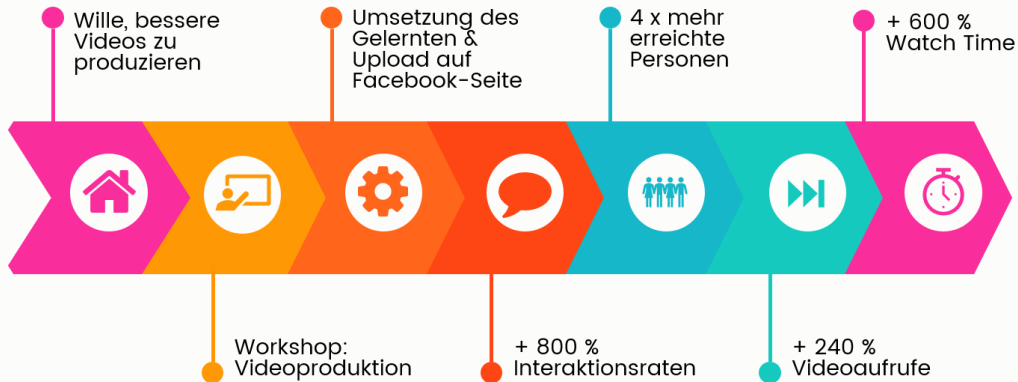
Wie auch Yannick Panske von BAR-TEK sagt: "Durch den Workshop hatten wir in kurzer Zeit **alle grundlegenden Funktionen im Griff** und konnten uns schnell steigern."

Ergebnis

Schaut man sich die Videos (öffentlich verfügbar) auf BAR-TEKs Facebook-Seite [vor](#) und [nach](#) der Schulung an, erkennt man sofort einen Unterschied in der Produktionsqualität. Offensichtlich wird der Unterschied auch, wenn man die Interaktionsrate (Reaktionen, Kommentare und Shares) der Posts von BAR-TEK vergleicht.

Die bessere **Interaktionsrate**, in diesem Fall um **800 Prozent höher**, zeigt eindeutig, dass die neu produzierten Inhalte Zielgruppe und Fans überzeugen. Sie wiederum teilen die Inhalte mit Gleichgesinnten. Dadurch erweitert sich der Kreis der Personen, die mit dem Video erreicht werden – in dem Fall eine Vervielfachung des KPI "erreichte Personen". Und so erklärt sich der **240-prozentige Anstieg in Videoaufrufen**. Gleichzeitig steigt die **Watch Time**, eine der wichtigsten KPIs im Video-Marketing: Denn je mehr und je länger Menschen die Videos gucken, desto höher wird diese – in diesem Fall **stieg sie um 600 Prozent**.

So schließt sich der Kreis, der mit dem Wunsch nach einer Videoproduktionsschulung angefangen hat.



Lust,

Video-Marketing

für dich und dein Unternehmen zu
entdecken?

Wir helfen gerne.



netspirits.