



# Employee generated Content

8 Tipps für eine effektive EGC Strategie





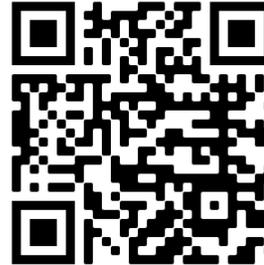
# Vorstellung



[Moritz Mollenkopf](#)  
Gründer velox video



Zum vernetzen scannen





# Was hat sich verändert?



Bild: Haufe Online Redaktion

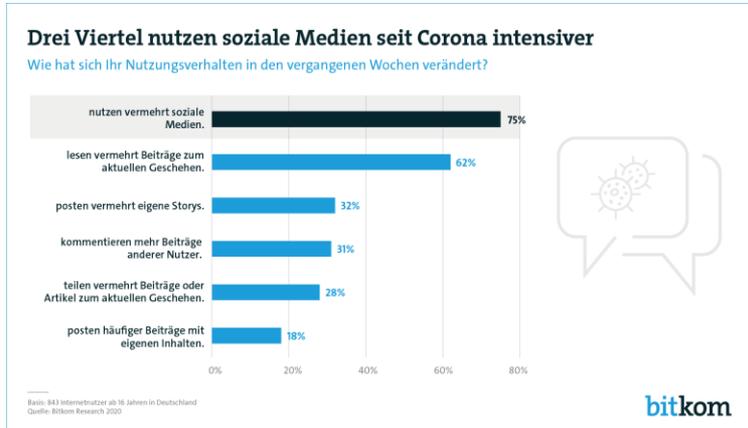
Unser Arbeitsalltag



Bild: dpa/Keystone



# Was hat sich verändert?



Unser Nutzungsverhalten mit Medien

Videos funktionieren  
Auf LinkedIn

20X

wahrscheinlicher, dass ein  
LinkedIn Post mit Video geteilt  
wird

437%

Zuwachs bei LinkedIn  
Livestreams 2020

[LinkedIn 08/2020](#)



# Was hat sich verändert?

Fachkräfte und Corona beuteln Arbeitsmarkt

22.11.2021, 17:05 Uhr

## 1,7 Millionen Stellen bleiben unbesetzt

Jedes zweite Unternehmen leidet unter Fachkräftemangel. Das ergibt der DIHK-Report 2021. Demnach spitzt sich die wirtschaftliche Lage zu. VON MARION KOCH



Fehlen Mitarbeiter im IT-Bereich, bekommen das Unternehmen aller Wirtschaftszweige zu spüren. FOTO: IMAGO/SHOTSHOP

## Unsere Anforderungen an Arbeitgeber

Artikel: Bund Verlag

Gesetzesvorhaben

### Hubertus Heil will dauerhaften Anspruch auf Homeoffice

24. Januar 2022 Homeoffice



Bundesarbeitsminister Hubertus Heil plant, das Arbeiten im Homeoffice dauerhaft im Arbeitsalltag zu etablieren. Demnach sollen Arbeitgeber ihren Beschäftigten künftig das Arbeiten von zu Hause aus ermöglichen, wenn keine betrieblichen Gründe entgegenstehen.

Aufgrund der Corona-Pandemie sind Arbeitgeber derzeit verpflichtet, ihren Beschäftigten im Fall von Büroarbeit oder vergleichbaren Tätigkeiten Homeoffice anzubieten, wenn keine zwingenden betriebsbedingten Gründe entgegenstehen. Diese Pflicht folgt aus § 28b Abs. 4 des Infektionsschutzgesetzes und gilt zunächst befristet bis zum Ablauf des 19.3.2022. Eine einmalige Verlängerungsmöglichkeit von bis zu 3 Monaten ist vorgesehen. Doch was geschieht danach? Dazu hat sich Bundesarbeitsminister Hubertus Heil (SPD) jetzt geäußert. Er will Homeoffice dauerhaft im deutschen Arbeitsalltag etablieren.



# Was hat sich verändert?

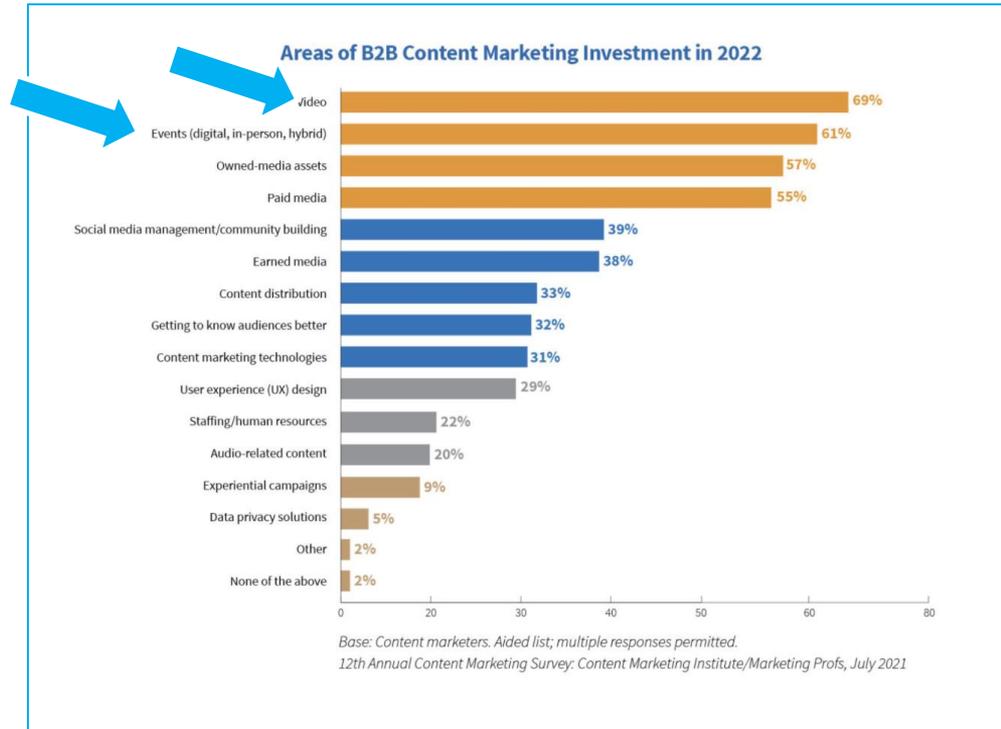


Unsere Art mit Kunden zu kommunizieren





# Im Content Marketing stehen Events 2.0 und Videos im Fokus





# Herausforderung





# Herausforderung



... aber auch teuer!



# Heute kann doch jeder Content herstellen ;-)

User generated Content (UGC) = Bilder, Posts, Videos, Texte und Interaktionen die von NUTZERN hergestellt und veröffentlicht werden





# Menschen ❤️ Menschen und deren Content

Social Media Kampagnen, die User generated Content einbeziehen, steigern die Interaktion um 50% ([Salesforce](#))

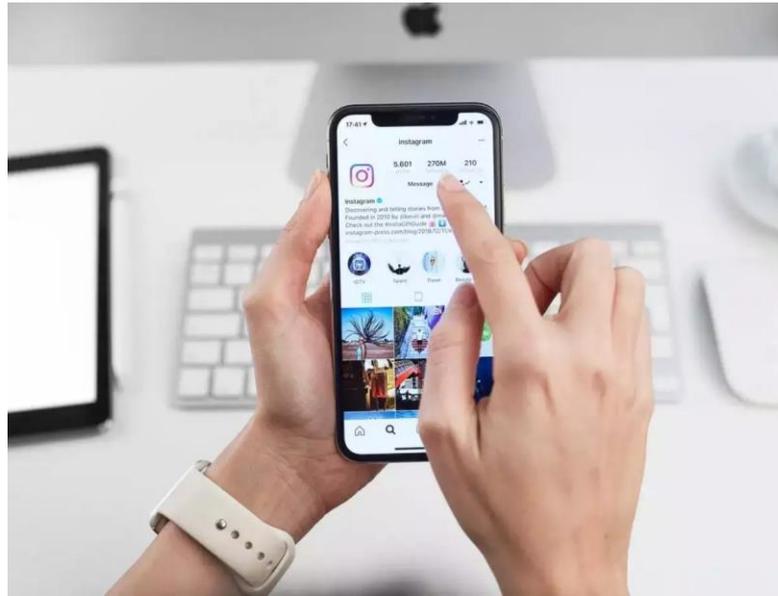


Verbraucher nehmen User generated Content 2,4-mal eher als authentischer wahr als Inhalte die von Marken selbst erstellt wurden. ([Stackla](#))



# Dann kann doch auch jeder Mitarbeiter Content herstellen ;-)

Employee generated Content (EGC) = Bilder, Posts, Videos, Texte und Interaktionen die von  
MITARBEITERN hergestellt und veröffentlicht werden





# Menschen ❤️ Menschen und deren Content

LinkedIn Posts haben doppelt so viele Interaktionen, wenn sie von Mitarbeitern geteilt werden. ([LinkedIn](#))



Contents von Mitarbeiter Channels erreichen im Schnitt 8x mehr Interaktionen als Corporate Channel. ([Post Beyond](#))



# Authentischer Content kann günstig sein

## Mitarbeiter...

- Sind authentisch, das kommt gut an
- Spezialisten in Ihren Themen
- Kennen die Zielgruppe sehr gut
- Sind vor Ort, wenn es darauf ankommt
- Erzeugen keine "zusätzlichen" Kosten



## Tipp 1 – Use Case Employer Branding & Recruiting

- Recruiting & Employer Branding
- Branding & Reichweite für das Unternehmen
- Interne Kampagnen & Changemangement
- Wissensmanagement

Eigentlich seid ihr ja wegen den 8 Tipps da :-)





## Tipp 1 – Use Case - Recruiting



[TikTok für eine Praktikantenstelle der Washington Post](#)



# Tipp 1 – Use Case – Employer Branding

**SARIA Germany** + Folgen ...  
1.712 Follower:innen  
3 Monate · Bearbeitet ·

Azubitagung 2021 📌 Wie versprochen, teilen wir mit Ihnen heute spannende Einblicke in unsere diesjährige Azubitagung. Gemäß dem Motto: "NICHT SOLLTE, HÄTTE, KÖNNTE, WÜRDE, SONDERN MACHEN!", dur ... mehr anzeigen

Jan  
Ausbildung zum Industriekaufmann | Erfstadt

Dustin Crefeld und 56 weitere Personen 2 Kommentare

Gefällt mir Kommentar Teilen Senden

[SARIA - AZUBITAG 2021](#)



# Tipp 2 – Use Case – Reichweite durch authent Content

**SARIA Germany** + Folgen ...  
1.712 Follower:innen  
3 Monate · Bearbeitet ·

Azubitagung 2021 📌 Wie versprochen, teilen wir mit Ihnen heute spannende Einblicke in unsere diesjährige Azubitagung. Gemäß dem Motto: "NICHT SOLLTE, HÄTTE, KÖNNTE, WÜRDE, SONDERN MACHEN!", dur ... mehr anzeigen

ReFood Jan  
Ausbildung zum Industriekaufmann | Erfstadt

0:27 / 2:00 1x

Dustin Crefeld und 56 weitere Personen 2 Kommentare

Gefällt mir Kommentar Teilen Senden

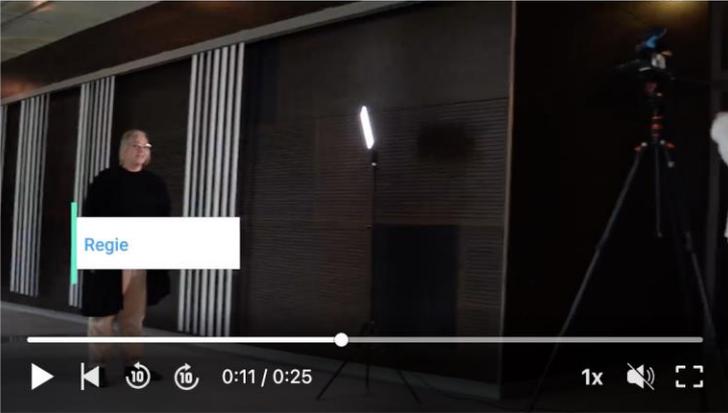
[SARIA - AZUBITAG 2021](#)



## Tipp 3 – Use Case – Kundencases

 **velox video**  
305 Follower:innen  
7 Std. • 🌐

#Workshop-Time! 🚀 Von der Contentidee über das passende Konzept zum perfekten Video. Wir freuen uns, euch das neue Video mit Einblicken in den Workshop mit unserem Kunden **Ebner Stolz** vorzustellen ... mehr anzeigen



Regie

0:11 / 0:25

1x 🔊 🗄

Kunden-Workshop: Ebner-Stolz

[veloxvideo - Moodvideo Kundenworkshop](#)



## Tipp 4 – Use Case – Infotain Content



[Trumpf- Coffee with a CTO Infotain Videos](#)



## Tipp 5 – Auswahl der richtigen Kollegen

- Fangen Sie mit wenigen motivierten Mitarbeitern an, die sich auf die Chance freuen
- Es macht keinen Sinn die Teilnahme am EGC zu erzwingen
- Erstellen Sie eine Strategie, die zu Ihrem Unternehmen und den beteiligten Personen passt



vs.





# Tipp 6 – Passende Formate definieren

Denn Formate...

- geben Mitarbeiter sinnvollen Gestaltungsfreiraum
- geben Leitplanken und Sicherheit um als Mitarbeiter auf dem richtigen Weg zu bleiben
- schützen Unternehmen vor "Wildwuchs"
- sparen Absprachen und vermeiden Missverständnisse

veloxvideo

## Formatkarte: "#BAU MAL deine Zukunft" (working title)

**Ziel:** AUMA als Ausbildungs-/Arbeitgebermarke in Müllheim + 50km Umfeld bekannter machen (-> qualitative Bewerberzahlen um X erhöhen, neue Instagram-Follower auf Y, Views/Monat auf Z)

**Videoinhalt:**  
Menschen im Fokus, Geld, Arbeitszeit, Urlaub, Success Storys/Zukunftsperspektive, Zugehörigkeit, Nahbarkeit der Ausbilder, Events & Spaß bei der Arbeit, Selbstbestimmtheit, relevantes Lernen, Verantwortung übernehmen, Sicherheit bekommen, AUMA erklären, Technik/modern

**Zielgruppe:** Regional (50km um Müllheim), 16 - 21 Jahre

**Kanal:** Instagram (Reels insgesamt 30 - 40 Sek.), Eventuell im Feed (max. 1 min.) bewerben?

### Struktur

„WHY“	„HOW“	„WHAT“
-------	-------	--------

Videolänge: 30 - 40 Sek.

Intro  
Outro  
CTA



## Tipp 7 – Mit Tools Hürden minimieren

1. Übersetzungen [www.DeepL.com/](https://www.DeepL.com/)



2. Transkription [Simon Says | KI-Transkription, -Untertitel und -Übersetzung](#)



3. Screencasts aufnehmen [Vidyard - Video Tools for Virtual Sales and Marketing Teams](#)



4. Hochwertig Webcasts aufzeichnen <https://riverside.fm/>



5. Professionelle DIY-Videos erstellen [www.velox.video](https://www.velox.video)



6. Grafikelemente erzeugen [www.canva.com](https://www.canva.com)





## Tipp 8 – Step-by-step besser werden

1. ZIELE, die für das Unternehmen und beteiligte Mitarbeiter wichtig sind
2. PERSONEN, die wirklich Lust haben ECG zu erzeugen
3. THEMEN, für die Unternehmen und Mitarbeiter stehen wollen
4. CONTENT PLAN, der Frequenz sicherstellt und Leitplanken gibt
5. TOOLS & SUPPORT, um Hürden zu minimieren
6. ITERATIONEN, damit alle gemeinsam lernen und besser werden





Sollten Sie mehr Videos machen wollen...?



Bild: Blue Corona



 veloxvideo

Sie drehen Ihre Inhalte...



...wir schneiden wirksame Videos daraus!



# Velox Academy mit E-Learning Videos

[velox.video/academy](https://velox.video/academy)

velox academy

## Übersicht

1. Einführung zur velox video Plattform
2. Zielsetzung für Videoprojekte im Kommunikationsfunnel
3. Videoformate definieren
4. Willens konzipieren
5. Vorbereitung für den Dreh
6. Bildgestaltung mit Tiefenschärfe
7. Hintergrundgestaltung
8. Einstellungsgrößen
9. Kamerareichtung und Bildkomposition
10. Kamerasteuerungen
11. Licht
12. Sound
13. Drehdurchführung: Drehplan und Regie

## Erklärvideo zur velox video Plattform

Hier erfahren Sie, was Sie in der velox academy lernen können

1. Teil der academy: Konzeption und Strategie (Videos 2-5)
2. Teil der academy: Technik und Organisation (Videos 6-14)

## Zielsetzung für Videoprojekte im Kommunikationsfunnel



Melden Sie sich für eine Demo und ein kostenloses Testvideo an

HIER SCANNEN



[velox.video/termin](https://velox.video/termin)

Kontakt Ressourcen Jobs Preise  [+49 151 16 26 29 24](tel:+4915116262924)

## Jetzt Wunschtermin buchen und Dein kostenloses Testvideo starten!

Wir reden nicht lange um den heißen Brei herum. In unserem ersten gemeinsamen Termin erhältst Du eine kurze Demo mit Einführung auf die velox video Plattform, damit Du, als Neukunde, direkt mit Deinem Testvideo loslegen kannst.

Du erreichst uns auch unter

- [+49 151 16 26 29 24](tel:+4915116262924)
- [i.moos@velox.video](mailto:i.moos@velox.video)



Meeting mit velox video

< März >

MO.	DI.	MI.	DO.	FR.	SA.	SO.
28	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31	1	2	3

