

# Ein Video sagt mehr als 1000 Bilder

**FILM AB!** Der Autoverkauf ohne Internet ist heute undenkbar. Doch anstelle einer simplen Online-Anzeige kann man den Wagen auch mit einem Film anpreisen. Der AGVS zeigt wie.

Text und Fotos: Martin Mäder

**B**ekanntlich soll ja ein Bild mehr als tausend Worte sagen. Doch was ist dann erst mit einem eigentlichen Film? Selbstredend kommen die Vorteile von vertonten Bewegtbildern, sprich eine audio-visuelle Darstellung, beim Verkauf eines Autos besonders gut zum Tragen. Hier kann selbst ein bildunterstütztes Inserat auf einer Online-Plattform, und schon gar keine Zeitungsannonce, mithalten.

Diese Tatsache ist auch dem Auto Gewerbe Verband Schweiz (AGVS) bekannt, und man bietet innerhalb der «AGVS Business Academy» einen Videotraining-Weiterbildungskurs an. In diesem Workshop wird vermittelt, wie man im Autoverkauf Videos praktisch und einfach anwendet. Und dass man kein Steven Spielberg zu sein hat, um mit nur geringem Aufwand bereits sehr aussagekräftige Kurzfilme zu drehen.

## Nur wenig Aufwand nötig

Nebst dem Handwerk wird in diesen Kursen insbesondere vermittelt, wie wenig an Material – und somit an Kosten – es für solche Filme braucht. Davon konnten wir uns bei der Teilnahme an einem dieser Kurse Anfang September am AGVS-Hauptsitz in der MobilCity in Bern überzeugen. So genügen als Basis ein Smartphone mit Videofunktion und eine App für den Video-Schnitt. Schon recht leistungsfähige Software kann man, dann enthalten sie zumeist Werbung und haben gewisse Einschränkungen, gratis aus dem Internet beziehen.

«Dass der AGVS einen solchen Kurs anbietet, ist toll, er ist der Zeit voraus», begrüßte Christian Panzeri von der auf die Schulung von Garagen spezialisierten Firma Trepos als Referent des eintägigen Workshops die Teilnehmenden. Der 35-Jährige hat in der Autobranche viel Erfahrung im Verkauf und Marketing gesammelt und gibt diese als Trainer für Social Media und Video-Marketing weiter. Für ihn ist Social Media, und dabei speziell Filme, in der Unternehmenskommunikation unerlässlich. Dabei laute das Zauberwort Authentizität. «Videos steigern die Kaufbereitschaft gegenüber visueller Kommunikation signifikant», erklärt Panzeri. «Sie sind extrem viel nachhaltiger, als unbewegte Bilder.»

## Verschiedene Motive

Die Klasse des von der AR besuchten Kurses war bunt gemischt. Und dies sowohl von der Grösse und Art des Betriebes der Teilnehmenden her, wie aber auch in Bezug auf die konkrete Funktion in der Firma. So war unter den 10 Absolventen/-innen zum Beispiel Jörg Glanzmann von der Garage Glanzmann AG in Doppelschwand LU. Der Inhaber einer Vier-



**Voller Einsatz** bei minimalem Aufwand. Doch auch das Video von Daniel Emmenegger (im Auto) und André Auf der Mauer (Kamera) kann sich sehen lassen.

Mann-Autogarage hatte zuvor mit Videos und Social Media so gut wie noch keine Erfahrung und will «die zu verkaufenden Autos anders als mit simplen Fotos präsentieren».

Beat Bättig von der Auto Birrer AG in Sursee LU hingegen hat «bereits diverse Videos realisiert und will jetzt einfach noch besser werden». André Auf der Mauer und Daniel Emmenegger von der Schärli + Bossert AG in Wolhusen LU haben zum einen schon ein konkretes Projekt, zum anderen will man dabei sein, bevor die Mitbewerber Filme machen. Und Sabrina Heimberg von der Grossgarage BELWAG AG in Bern will «die im Kurs gewonnenen Kenntnisse dem Verkaufsteam vermitteln». Dass sich solche Videos nicht nur für Autos eignen, bewies schliesslich die Teilnahme von Graziana Rickli von der Scania Schweiz AG.

## Externes Mikro als Must

Die in der Schulung abgegebene Dokumentation hat den Untertitel «Praktisch und Einfach» – effektiv konnten die Teilnehmenden am Ende des Tages bereits sehr gelungene selbst gedrehte Videos bestaunen. Der Kursklasse stand für den Dreh geeignetes Equipment, etwa ein Stativ, ein Kabelmikrofon oder ein Gimbal, eine Aufhängevorrichtung für eine ruhige und ausbalancierte Kameraführung, zur Verfügung.

«Sie können zum Drehen eines solchen Videos eigentlich alles tun, aber eines nicht: auf ein separates Mikrofon verzichten», stellt Christian Panzeri seinen Mindeststandard klar. Nebst solchen Tipps informiert der Videoprofi etwa auch darüber, dass

man sich vor dem Dreh die zu erzählende Geschichte gut überlegen und ihr dann trotz aller Möglichkeiten für den späteren Schnitt einen roten Faden verleihen sollte. Es braucht ein Storyboard. «Ein gelungenes Video hat einen guten Anfang, ein ebensolches Ende und diese liegen nicht all zu weit auseinander», rät Christian Panzeri zum Schluss des Kurstags. ●

Der nächste Lehrgang des AGVS «Videotraining im Autoverkauf» findet am 23. November 2018 in der MobilCity in Bern statt. Weitere Informationen: [www.agvs-upsa.ch](http://www.agvs-upsa.ch)



**Der Schnitt** kann mit einer geeigneten App direkt mit dem Smartphone realisiert werden.



**Der Kursleiter,** Christian Panzeri, ist mit den in diesem AGVS-Workshop erstellten Handy-Videos sehr zufrieden.