

Inhalt

Vorwort: Filmabenteuer unternehmen	9
Einleitung	11
TEIL 1: ANNÄHERUNGEN AN DEN UNTERNEHMENSFILM	15
Unternehmensfilm – ein vielfältiges Genre	17
Eine kurze Geschichte des Unternehmensfilms	23
Warum einen Unternehmensfilm drehen?	26
15 Gründe, warum Sie einen Unternehmensfilm drehen sollten	29
TEIL 2: DIE UNTERNEHMENSFILM-WERKSTATT	33
Von der Idee zum Drehbuch	35
Wer soll den Film sehen? Die Zielgruppen des Unternehmensfilms	35
Jeder Unternehmensfilm hat eine Botschaft	37
Klarheit von Anfang an: Das Briefing	41
Alles beginnt mit einer Idee	43
Wege zur Ideenfindung	44
Die Idee verkaufen: Das Konzept	51
Die Idee konkretisieren: Das Treatment	53
Der Stil: Ein paar Worte zu einem oft vernachlässigten Thema	55
Dem Film einen Namen geben	57
Der Film auf dem Papier: Das Drehbuch	59
Dramaturgie: Baupläne für Unternehmensfilme	61
Aristoteles is back	61
Narrative Dramaturgien: Die Kraft des Erzählens	66
Deskriptive Dramaturgien: Fakten ins Bild setzen	85
Dramaturgien, von denen Sie die Finger lassen sollten	87
Den Unternehmensfilm planen	90
Wer macht den Film? Die Auswahl des Produzenten	90
Vom Team bis zur Technik: Mit welchen Mitteln drehen?	92
Wege aus der Budgetfalle	104
Der Projektfahrplan für Ihren Film	108
Chronologie und Zuständigkeiten einer Unternehmensfilmproduktion	115
Den Film ins Bild setzen – Die Dreharbeiten	118
Die Funktion der Kameraarbeit	121
Beim Dreh bereits an den Schnitt denken	131
Was tun bei schwierigen Motiven?	132

Inhalt

<i>Auf der Jagd nach schönen Bildern</i>	138
Kleines 1 x 1 für gelungene O-Töne, Aufsager und Interviews	140
Wer behält den Überblick? Der Regisseur	142
Immer das Ziel im Auge behalten	163
Film in seiner Bestform: Die Postproduktion	165
Im Schnitt entsteht der Film	165
Der Griff in die Trickkiste: Farbkorrektur, Grafik, Compositing	176
Der Ton macht die Musik	183
Reine Geschmackssache? Die Musik zum Film	186
Das Wort zum Film: Der Sprechertext	189
Sprecher und Sprachaufnahme	202
Der letzte Schritt: Abnahme und Erfolgskontrolle	207
Die Abnahme bleibt ein kritischer Moment	207
Erfolg oder Misserfolg? Eine kritische Bilanz	208
Wann ist ein neuer Unternehmensfilm notwendig?	209
Nach dem Film ist vor dem Film: Aktualisierung, Archivierung, Auswertung	210
TEIL 3: VIER MASTERPLÄNE FÜR IHREN UNTERNEHMENSFILM	215
Masterplan 1: Der sachlich-informative Ansatz	217
<i>So gelingt der sachlich-informative Film</i>	219
Masterplan 2: Der Reportage-Ansatz	225
<i>So gelingt der Reportageansatz</i>	229
Masterplan 3: Der Spielfilm-Ansatz	234
<i>So gelingt der fiktionale Unternehmensfilm</i>	236
Masterplan 4: Der unkonventionell-kreative Ansatz	240
<i>So gelingt der unkonventionell-kreative Film</i>	242
TEIL 4: FILM TO SHOW – DIE PRÄSENTATION VON UNTERNEHMENSFILMEN	247
Der Unternehmensfilm als PR- und Marketing-Instrument	249
Möglichkeiten des Films in der PR	249
Durch Film die Marke stärken	250
Der bewegte Messestand	253
Erfolgsfaktoren für Ihren Messesfilm	254
Film vor Ort – Besucherfilm, Museumsfilm, Events	256
Unternehmensfilme im Erlebniskontext	257
Film im öffentlichen Raum	259
Großer Auftritt – Der Trend zum Event	260
Unternehmensfilm im Web 2.0: Von Web TV bis Social Media	262

Business Movies im Internet	262
Unternehmensfilme auf Videoplattformen	266
Vom Business TV zum Web TV.....	270
Unternehmensfilm in sozialen Netzwerken.....	274
Unternehmensfilm im Intranet.....	276
Abspann: Zukunftspotenziale des Unternehmensfilms.....	279
Die Zukunft des Business Movie: Sieben Thesen zum Wandel	281
Ein Wort zum Schluss	290
Unternehmensfilm reloaded – Die Top 10 des anderen Unternehmensfilms	292
Literaturverzeichnis	295
Link-Tipps.....	298
Die Autoren	300
Mehr zu Business Movies	301
Dank.....	302