

Inhalt

Vorwort: Filmabenteuer unternehmen	8
Vorwort zur zweiten Auflage.....	10
Einleitung	11
TEIL 1: ANNÄHERUNGEN AN DEN UNTERNEHMENSFILM	15
Unternehmensfilm – ein vielfältiges Genre	17
Eine kurze Geschichte des Unternehmensfilms	24
Warum einen Unternehmensfilm drehen?.....	27
15 Gründe, warum Sie einen Unternehmensfilm drehen sollten	30
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.....	38
Klarheit von Anfang an: Das Briefing	41
Alles beginnt mit einer Idee.....	43
Wege zur Ideenfindung.....	45
Die Idee verkaufen: Das Konzept	54
Die Idee konkretisieren: Das Treatment.....	56
Der Stil: Ein paar Worte zu einem oft vernachlässigten Thema	58
Dem Film einen Namen geben.....	60
Der Film auf dem Papier: Das Drehbuch	62
Dramaturgie: Baupläne für Unternehmensfilme	64
Aristoteles is back	64
Narrative Dramaturgien: Die Kraft des Erzählens	69
Deskriptive Dramaturgien: Fakten ins Bild setzen	90
Dramaturgien, von denen Sie die Finger lassen sollten.....	92
Den Unternehmensfilm planen	95
Wer macht den Film? Die Auswahl des Produzenten	95
Vom Team bis zur Technik: Mit welchen Mitteln drehen?.....	97
Wege aus der Budgetfalle	114
Der Projektfahrplan für Ihren Film.....	117
Chronologie und Zuständigkeiten einer Unternehmensfilmproduktion	125

Den Film ins Bild setzen – Die Dreharbeiten	128
Die Funktion der Kameraarbeit.....	131
Beim Dreh bereits an den Schnitt denken	143
Was tun bei schwierigen Motiven?	144
Auf der Jagd nach schönen Bildern.....	150
Kleines 1 x 1 für gelungene O-Töne, Aufsager und Interviews.....	152
Wer behält den Überblick? Der Regisseur.....	155
Immer das Ziel im Auge behalten	157
Film in seiner Bestform: Die Postproduktion	159
Im Schnitt entsteht der Film.....	159
Der Griff in die Trickkiste: Farbkorrektur, Grafik, Compositing	169
Der Ton macht die Musik.....	181
Reine Geschmackssache? Die Musik zum Film	183
Das Wort zum Film: Der Sprechertext.....	187
Sprecher und Sprachaufnahme	200
Der letzte Schritt: Abnahme und Erfolgskontrolle	204
Die Abnahme bleibt ein kritischer Moment.....	204
Erfolg oder Misserfolg? Eine kritische Bilanz	205
Wann ist ein neuer Unternehmensfilm notwendig?.....	206
Nach dem Film ist vor dem Film: Aktualisierung, Archivierung, Auswertung.....	207
TEIL 3: VIER MASTERPLÄNE FÜR IHREN UNTERNEHMENSFILM	211
Masterplan 1: Der sachlich-informative Ansatz.....	213
So gelingt der sachlich-informative Film.....	215
Masterplan 2: Der Reportage-Ansatz	222
So gelingt der Reportageansatz.....	226
Masterplan 3: Der Spielfilm-Ansatz	231
So gelingt der fiktionale Unternehmensfilm	233
Masterplan 4: Der unkonventionell-creative Ansatz.....	238
So gelingt der unkonventionell-creative Film	241
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.....	255
Erfolgsfaktoren für Ihren Messefilm	256

Film vor Ort – Besucherfilm, Museumsfilm, Events	258
Unternehmensfilme im Erlebniskontext	259
Film im öffentlichen Raum	261
Großer Auftritt – Der Trend zum Event	263
Unternehmensfilm im Web 2.0: Von Web TV bis Social Media.....	265
Business Movies im Internet	265
Unternehmensfilme auf Videoplattformen	270
Vom Business TV zum Web TV.....	275
Unternehmensfilm in sozialen Netzwerken.....	280
Unternehmensfilm im Intranet.....	282
Abspann: Zukunftspotenziale des Unternehmensfilms.....	285
Die Zukunft des Business Movie: Zehn Thesen zum Wandel	287
Ein Wort zum Schluss	303
Unternehmensfilm reloaded – Die Top 10 des anderen Unternehmensfilms	305
Literaturverzeichnis	308
Link-Tipps	312
Die Autoren	314
Mehr zu Business Movies	315
Dank.....	316

Die Website zum Buch:

www.unternehmensfilme-drehen.de