

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-kreative Ansatz.	238
So gelingt der unkonventionell-kreative 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