

# Filmische Umsetzungsmöglichkeiten der Unternehmenskommunikation

Ihr Imagefilm - dokumentarisch oder fiktional?

Home » Blog » Filmische Umsetzungsmöglichkeiten der Unternehmenskommunikation » Filmische Umsetzungsmöglichkeiten der Unternehmenskommunikation



## Filmische Umsetzungsmöglichkeiten der Unternehmenskommunikation

Bei der Produktion von Kino- oder Fernsehformaten lässt sich generell zwischen zwei im Prinzip divergenten Kategorien unterscheiden, nämlich zwischen den Bereiche **Fiction** und **Nonfiction**.

Die Gattung **Fiction** umfasst dabei im Großen und Ganzen alle szenisch-fiktional gedrehten Filmformen, d.h. Filme, die auf einer „erfundenen“ Handlung basieren und dabei von Darstellern interpretiert werden. Der dokumentarische Film hingegen bezeichnet diejenigen Kategorien, die sich ausschließlich auf recherchierte Fakten stützen und auch zur Darstellung ebendieser Fakten gedacht sind.

Beide Gattungen sind dabei in der Lage, Realität abzubilden und zu vermitteln, wobei die Inszenierungsgrade jeweils unterschiedliche Ansprüche besitzen.

## Fiction und Nonfiction in der Unternehmenskommunikation

In welcher Hinsicht ist diese Thematik nun für die **Unternehmenskommunikation** relevant? Letztendlich geht es darum, dass jeder Film, ob nun fiktional oder dokumentarisch, eine gewisse Aussage transportiert. Diese wird, je nach Zielgruppe oder Genre, mitunter stark modifiziert (stellt man beispielsweise einer Romantikkomödie ein Sozialdrama gegenüber).

Auch bei **Imagefilmen** für Unternehmen ändert sich an diesem Grundprinzip nichts. Gemeinhin essentiell ist, dass die Handlung respektive die „Message“ eines Films für den Betrachter fassbar gemacht wird, so dass diese auch noch lange nach der Rezeption im Gedächtnis bleibt. Was bedeutet, dass für die **Unternehmenskommunikation** – je nach Intention – sowohl dokumentarische als auch szenische oder fiktionale Lösungen in Frage kommen können, um für den Kunden ausdrucksstarke Bilder und eine prägnante Botschaft zu präsentieren. Ebenso ist man keineswegs doktrinär an eine Variante gebunden. Mischformen sind durchaus möglich und stellen in vielen Fällen auch die eleganteste Methode dar, den Spagat zwischen Fakt und Emotion zu meistern.

Im Endeffekt ist jeder Film ein sehr individueller Prozess, dementsprechend ist auch ein komplett fiktionaler Imagefilm denkbar, sofern er plausibel ist und unternehmensgebunden in Erscheinung tritt.

## Wichtiges Kriterium: Lebendigkeit

Eine lebendig erzählte Geschichte gewinnt die Aufmerksamkeit des Rezipienten um einiges leichter als eine nüchtern vorgetragene Ansammlung von Information. Spannende und authentische Storys aus dem Unternehmen,

## Meistgelesene Artikel

Case Study Imagefilm – Umsetzung Ihres Imagefilms

Projektorganisation in der Filmproduktion: Das Drehbuch

Produktion eines weiteren Reisefilms – Destination Video

Jubiläum Grußbotschaft – Film

Kommunikationsform Film

## Letzte Artikel

Moderne Unternehmenskommunikation mit Firmen-TV Webvideo

Infomercial-Filmproduktion – Ihr informativer Werbefilm

Employer-Branding-Film – Attraktiver durch Ihre Arbeitgebermarke

Forschungsvorhaben Videodokumentation – Wissenschaft im Film darstellen

Website-Erklärfilm: Ihre Website einfach erklärt

## Letzte Kommentare

Digital Signage Videoproduktion für Point of Sale Displays bei Digital Signage Videoproduktion – Praxisbeispiel

3D Animation - Visualisierung der Produkteigenschaften bei Messefilm München – Bauma 2013

Codes in der Filmproduktion bei Kommunikationsform Film

Jobstory - Filmproduktion speziell für die Baumaschinenindustrie bei Portfolio

Feature Driven Movie - Produktfilm 2.0 bei Portfolio

## Follow Us on

ob nun von den Mitarbeitern selbst erzählt oder in „fiktionalisierter“ Form, helfen, Werte und Unternehmenskultur zu kommunizieren sowie Identität zu stiften.



Ein schönes Beispiel findet sich in der Unternehmenskommunikation von Fiat – hier wird der Automobilkontext persifliert von einer rappenden Vorstadtmutter:

Solange sich die Geschichte in einen dramaturgischen Kontext einbinden lässt, sind den kreativen Möglichkeiten bei der Umsetzung hinsichtlich des Fiktionalisierungsgrades keine Grenzen gesetzt.

Zur Kontaktaufnahme für Ihre Filmproduktion bitte hier klicken

Bearbeiten

## Über den Author

Sascha Reitermann  
Produktion und Online-Marketing

## Ähnliche Posts



Moderne  
Unternehmenskommunikation mit  
Firmen-TV Webvideo  
9. April 2014



Infomercial-Filmproduktion – Ihr  
informativer Werbefilm  
3. April 2014

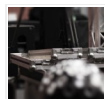


Employer-Branding-Film – Attraktiver  
durch Ihre Arbeitgebermarke  
31. März 2014

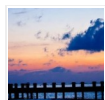
## Beliebte Posts



Case Study Imagefilm – Umsetzung  
Ihres Imagefilms  
21. Januar 2014



Projektorganisation in der  
Filmproduktion: Das Drehbuch  
13. Februar 2013



Produktion eines weiteren Reisefilms –  
Destination Video  
24. Juli 2012

← Was ist eigentlich... ein "Day-For-Night-Effekt"?

Projektorganisation in der Filmproduktion: Das Drehbuch

