

Projektorganisation in der Filmproduktion: Unternehmensseite

Teil 5: Vorbereitende Maßnahmen auf der Unternehmensseite

[Home](#) » [Blog](#) » [Projektorganisation in der Filmproduktion](#) » [Projektorganisation in der Filmproduktion: Unternehmensseite](#)



Projektorganisation in der Filmproduktion: Unternehmensseite

Im fünften Teil unserer Serie zur **Projektorganisation in der Filmproduktion** greifen wir das konkrete Beispiel eines Image- oder Unternehmensfilms auf und erläutern hierzu einige Punkte, welchen seitens des auftraggebenden Unternehmens Rechnung getragen werden sollte, wenn ein Dreh im eigenen Haus geplant ist.

Eine Vision, verschiedene Perspektiven

Bevor ein Dreh beginnen kann, sollten zunächst möglichst alle potentiellen Quellen für Missverständnisse aus dem Weg geräumt werden. Der zu produzierende Film hat ein **kommunikatives Ziel**, welches nur erreicht werden kann, wenn sich Produktionsseite und Auftraggeber über Form und Inhalt des fertigen Produkts einig sind.

Dies ist allerdings leichter gesagt als getan, denn um diesbezüglich einen Konsens zu erreichen, muss jeder Beteiligte genau wissen, was genau Gegenstand der Debatte ist. Während der Vorproduktion eines Imagefilms heißt das konkret, dass die Mitwirkenden den fertigen Film schon vor ihrem geistigen Auge „sehen“ können sollten.

Diese Fähigkeit des **filmischen Denkens** ist zwar für die Produktionsseite obligatorisch, für die Seite des Unternehmens ist sie jedoch, wenn überhaupt, optional, da sie – je nach Unternehmensausrichtung – im alltäglichen Geschäft womöglich kaum zum Tragen kommt.

Solcherart Verständnisbarrieren stellen aber keineswegs unüberwindbare Hürden dar, umso wichtiger ist es in solchen Fällen, eine unterschiedliche Wahrnehmung des Projekts zu erkennen und zu diskutieren. Mittels **detaillierten Aufschlüsselungen des Drehbuchs** oder einem feingliedrigen und strukturierten **Storyboard** können an dieser Stelle schon einige Klippen umschifft werden.

Auch ohne “Kino im Kopf”: Mit Kommunikation zur erfolgreichen Filmproduktion

Doch selbst wenn nach solchen oder ähnlichen Maßnahmen die Gefahr für Fehldeutungen nach wie vor in der Luft zu liegen scheint, ist das Projekt nicht dazu verdammt, in einer Umsetzungssackgasse zu enden. Auch wenn die Wirkung des Drehbuchs von den Verantwortlichen auf Seiten des Auftraggebers nur bedingt bewertet werden kann, so ist trotzdem eine Beurteilung dessen möglich, ob auf rein formaler Ebene alle angestrebten Inhalte den Weg in die Drehplanung gefunden haben.

Im Bezug auf die letztendliche künstlerische Ausgestaltung ist das **Vertrauensverhältnis** zwischen Produktion und Unternehmen dementsprechend umso mehr von essentieller Bedeutung, da dieses Unternehmen sich in einem solchen Fall voll und ganz auf das Know-How der Produktionsseite verlassen können muss.

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

Unabhängig davon, ob bei den Mitarbeitern eines Unternehmens eine ausgeprägte filmische Kompetenz beziehungsweise eine eigene PR- oder Marketingabteilung vorhanden ist oder nicht, ist es jedoch in jedem Falle ratsam, eine unternehmensinterne **Projektleitung** als Bindeglied zwischen Geschäftsführung und Filmproduktionsfirma zu installieren. Als für beide Seiten stets präsenter **Ansprechpartner** kann sie einen wichtigen Beitrag zur Gewährleistung der Umsetzung aller Kommunikationsziele des Films leisten.



Der filmische Blick hinter die Kulissen eines Unternehmens will Atmosphäre transportieren und Arbeitsabläufe illustrieren. Damit solche Prozesse im Film bestmöglich zur Geltung kommen, müssen ebendiese für die Dreharbeiten unter Umständen unterbrochen werden – ein Faktum, welches bei der Planung eines Filmprojekts nicht vergessen werden darf.

Ein Hauch von Hollywood im eigenen Haus

Während der Auftraggeber mit Dreharbeiten außer Haus vergleichsweise wenig zu tun hat, wird es für die Projektleitung bei einem betriebsinternen Dreh jedoch erst richtig interessant – insbesondere in **organisatorischer** Hinsicht.

Um einen harmonischen, effektiven und erfolgreichen Ablauf der Dreharbeiten sicherzustellen, müssen die Verantwortlichen zunächst dafür Sorge tragen, dass alle Mitarbeiter der entsprechenden Abteilung über die Dreharbeiten informiert werden. Denn selbst wenn sie nicht als Darsteller im Film auftreten sollten, werden sie trotzdem aller Voraussicht nach in irgendeiner Weise mit den Dreharbeiten in Berührung kommen.

Damit nicht vor jedem zu drehenden Bild wiederholt erklärt werden muss, warum etwa ein bestimmter Arbeitsbereich gerade nicht genutzt werden kann, obwohl er nicht im Bild zu sehen ist (je nach Aufwand braucht der Bereich um die Kamera-Bild-Achse viel Platz), aber auch damit sich niemand überrumpelt oder gar hintergangen fühlt, sollte diese Information schon frühzeitig erfolgen.

Ebenso ist es wichtig, an dieser Stelle zu verdeutlichen, dass außergewöhnliche Filmaufnahmen bisweilen auch die Segmentierung und Unterbrechung von Arbeitsabläufen erfordern.

Wie dieses Beispiel verdeutlicht, gehört zu diesem Informationsaspekt auch der Hinweis, dass für die Zeit der Dreharbeiten die Anweisungen des Filmteams befolgt werden müssen, um dem Film zu der gewünschten Wirkung zu verhelfen. Inwieweit es gelingt, die interessantesten, originellsten und aussagekräftigsten Aufnahmen einzufangen, hängt nämlich in nicht unerheblichem Maße davon ab, wie das Zusammenspiel von Firmenangehörigen und Filmteam am Set funktioniert und in welcher Weise die Mitarbeiter die „Inszenierenden“ unterstützen können.

Konkret heißt das auch, dass man als Mitarbeiter mit kurzfristigen organisatorischen **Planänderungen** rechnen muss. Dies kann etwa dann passieren, wenn stimmungsvolle Aufnahmen in einem bestimmten Bereich geplant sind, welcher besonders hell und mit vielen Fenstern ausgestattet ist. Sollte das (im ungünstigsten Fall kaum vorhandene) Sonnenlicht diese Aufnahmen verhindern, muss binnen kurzer Zeit umdisponiert werden. Allen sollte dann klar sein, dass das Ausweichen eben zu diesem Zeitpunkt abgedreht werden muss, um die Einhaltung des Zeitplans nicht zu gefährden.

Bei größeren Unternehmen kann es mitunter auch sein, dass es für die Projektleitung notwendig ist, den Zugang zu den entsprechenden Örtlichkeiten erst mit den jeweiligen **Abteilungsleitern** zu besprechen und durch diese genehmigen zu lassen.

Durch Organisation die Umsetzung eines Konzepts optimieren

Allein anhand dieser wenigen Beispiele wird bereits deutlich, dass die Aussagekraft eines Imagefilms bei weitem nicht alleine von einem gut geschriebenen Drehbuch, überzeugenden Darstellern und stimmungsvollen Sets

getragen wird.

Vielmehr ist es so, dass es selbst nach Festlegung aller inhaltlichen Belange immer noch jede Menge organisatorische Herausforderungen bestehen, welche das Endprodukt bedeutend beeinflussen können. Bei einer sorgfältigen Planung seitens der Projektleitung eines Unternehmens kann dies jedoch in einem überaus positiven Sinne der Fall sein.

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

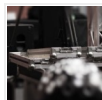


Employer-Branding-Film – Attraktiver
durch Ihre Arbeitgebermarke
31. März 2014

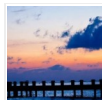
Beliebte Posts



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

← Imagefilmproduktion für die Becker Mining Systems AG

Was ist eigentlich... die 180° – Regel? →

Links

Home
Blog
Kontakt
Impressum

Blog-Kategorien

360° Panorama mit
Hotspotverlinkung (1)
3D Animation – Visualisierung der
Produkteigenschaften (1)
Abschluss eines Rahmenvertrags
mit AGV Bau Saar (1)
Animierte App-Präsentationen von
Aspektheins (1)
Arbeitsschutz verständlich mit Video
erklärt (1)
Audio Branding – der Klang Ihrer
Marke im Film (1)
Augmented Reality: Interaktivität mit
Video (1)
Ausbildung bei der Aspektheins

Unsere Adresse

+49 (0) 681 6880 1113
mailme@aspektheins.com
Scheidter Straße 2
66123 Saarbrücken

Follow us



Schreiben Sie uns

Name *

Email *