

Case Study Imagefilm – Umsetzung Ihres Imagefilms

Worauf kommt es bei der Umsetzung Ihres Imagefilms an & worauf nicht?

Home » Blog » Case Study Imagefilm - Umsetzung Ihres Imagefilms » Case Study Imagefilm – Umsetzung Ihres Imagefilms



Case Study Imagefilm – Umsetzung Ihres Imagefilms

Ich kenne keinen sicheren Weg zum Erfolg, aber einen sicheren Weg zum Misserfolg: Es allen Recht machen zu wollen.

Platon, griechischer Philosoph, ca. 427 v.Chr. – 347 v.Chr.

Der Rückgriff auf tradiertes Wissen ist auch im Falle der Planung Ihres Imagefilms sicherlich nicht die schlechteste Wahl – in oben stehendem Zitat anschaulich auf den Punkt gebracht: Wenn es alle mögen, mag es – der reinen Logik folgend – niemand. Ihr Imagefilm bliebe bei einem harmlosen Einheitsbrei, leicht verdaulich und ebenso wenig nahrhaft, quasi substanzlos.

Angesichts der unter Umständen hohen Kosten mit denen Ihr Imagefilm zu Buche schlagen wird, stellt sich also die Frage: wie gelingt der Sprung weg vom Einheitsbrei, hin zu dem medialen Äquivalent eines Fünf-Sterne Gerichts?

Die Antwort auf diese Frage ist ebenso individuell wie die Anforderungen, die sich uns als Ihrem Dienstleister mit

Meistgelesene Artikel

Case Study Imagefilm – Umsetzung Ihres Imagefilms

Messefilm Frankfurt

Jubiläum Grußbotschaft – Film

Kommunikationsform Film

Vorbeugender Schutz vor YouTube-Abmahnung

Letzte Artikel

Infomercial-Filmproduktion – Ihr informativer Werbefilm

Employer-Branding-Film – Attraktiver durch Ihre Arbeitgebermarke

Forschungsvorhaben Videodokumentation – Wissenschaft im Film darstellen

Website-Erklärfilm: Ihre Website einfach erklärt

Recruiting-Video: Mitarbeiter werben mit Ihrem Film

Letzte Kommentare

Codes in der Filmproduktion bei Kommunikationsform Film

Jobstory - Filmproduktion speziell für die Baumaschinenindustrie bei Portfolio

Feature Driven Movie - Produktfilm 2.0 bei Portfolio

Projektorganisation in der Filmproduktion: Der Drehplan bei Projektorganisation in der Filmproduktion: Das Drehbuch

Destination Video - Aktuelle Filmproduktion in der Türkei bei Destination Videos – Produktion Ihres Reisefilms

Follow Us on



jedem neuen Imagefilmprojekt stellen. Daher kann und soll an dieser Stelle auch keine pauschale Antwort geliefert werden. Um sich dennoch der Thematik anzunähern, haben wir uns im Folgenden der – durchaus auch unterhaltsamen – Aufgabe angenommen einen exemplarischen Imagefilm zu analysieren.

Analyse eines Imagefilms

Dazu muss gesagt sein, dass unser "Opfer" in diesem Falle bereits eine Persiflage auf den Imagefilm als solches darstellt. Das perfide an dem Objekt unserer Analyse, dem von der al Dente Entertainment GmbH in München produzierten Spot - *S'Lebn is a Freid! Die Mutter aller Imagefilme* - ist der hohe **Production Value**, sprich die **Wertigkeit der Filmproduktion**. Ebendarin liegt auch die Gefahr einer jeden Imagefilmproduktion:

- Hoher **Production Value** – sprich die Optik ist auf Top-Niveau
- Professionelles Erscheinungsbild des Imagefilms – der Szenenaufbau stimmt
- Prominente Sprecher – bekannt aus Funk und Fernsehen
- Bewegende Bilder
- Emotionale Szenen

Aber... völlig inhaltslose Leerphrasen, die jede Chance auf eine tatsächliche, individuelle Imagebildung im Kern ersticken.

Der o.g. Film wurde von SIGMA gesponsert, im besten Sinne eines **Sponsored Movie**. Ganz klar wird hier vom Auftraggeber – SIGMA, einem bekannten Hersteller von Kameras und Objektiven – nicht darauf abgezielt den Obstandl Didi zu promoten.

Vielmehr investiert SIGMA das Budget um einen exemplarischen, völlig sinnfreien – aber dennoch optisch sehr ansprechenden – "Imagefilm" produzieren zu lassen, der letztlich eine **Werbekampagne viraler Art** für das Unternehmen SIGMA darstellt. Und in diesem Kontext auch funktioniert. Der Film wird in der Branche, wie auch darüber hinaus, durchaus beachtet – gewiss aber nicht wegen der im Film übermittelten Aussagen von Herrn Didi. Ganz im Gegenteil: Beachtung findet der Mut des Auftraggebers SIGMA mit den gängigen Klischees zu brechen und sich somit im besten Sinne einer **Imagebildung** von den übrigen Mitbewerbern (primär Canon & Nikon) abzugrenzen.

Umsetzung Ihres Imagefilms

Was bedeutet das nun für Ihre Überlegungen zu Ihrem Imagefilm? Wie können Sie sich mit Ihrem Imagefilm positionieren? Folgende Punkte sollten als Ausgangsbasis Ihrer Überlegungen fungieren:

- Grundsatzentscheidung hinsichtlich der Tonalität: Augenzwinkernd, humoristisch, oder eher nüchtern & sachlich?
- Inhaltliche Aussagen: Klare Definition Ihrer **Unique Selling Proposition (USP)**
- Definition der Kommunikationsziele Ihres Imagefilms: Fokus auf wenige Kernaussagen
- Anvisierte Audienz: Sprechen Sie ein Fachpublikum an oder zielen Sie auf die breite Masse ab?
- Worin unterscheiden Sie sich tatsächlich von den Mitbewerbern?
- Warum tun Sie das was Sie tun, und worin begründet sich der Erfolg Ihres Unternehmens?

Das Ausarbeiten der oben genannten Fragestellungen zu einem in sich schlüssigen Filmkonzept ist der Punkt an dem die Aspekteins GmbH als Ihr professioneller Partner in Erscheinung tritt.

Zur Kontaktaufnahme für Ihre Filmproduktion bitte hier klicken

Bildrechte: © olly – Fotolia.com

Bearbeiten

Über den Author

Sascha Reitermann
Produktion und Online-Marketing

Ähnliche Posts

Beliebte Posts