

Kostenfallen in der Videoproduktion

Inhalt

- 0. Vorwort**
- 1. Idee**
- 2. Konzept**
- 3. Drehbuch**
- 4. Storyboard**
- 5. Organisation des Filmteams**
- 6. Organisation im eigenen Haus**
- 7. Am Drehtag**
- 8. Corporate Identity (CI)**
- 9. Schnitt**
- 10. Animation**
- 11. Sprecher**
- 12. Fremdsprachen**
- 13. Musik**
- 14. Darsteller**
- 15. Requisiten**
- 16. Dreh an fremden Orten**
- 17. Auslieferung**
- 18. Vermarktung**
- 19. Impressum**

Vorwort

Für viele Auftraggeber ist es wichtig zu wissen wie viel ein Film kostet. Das lässt sich nach etwas Aufwand auch seitens eines Filmproduzenten kalkulieren. Doch was vielen nicht bewusst ist: Kosten können während der Filmproduktion an verschiedenen Stellen entstehen. Diese sind im Vorfeld gegebenenfalls nicht bedacht wurden. Sei es aus Unwissenheit oder nicht genug Planung. In unserer Videoserie „Kostenfallen in der Videoproduktion“ möchten wir explizit darauf hinweisen, an welcher Stelle Kosten entstehen können, die vermeidbar wären. Doch trotz bestem Wissen und perfekter Vorbereitung bleibt die Quintessenz unserer Videoreihe:

Bei jeder Videoproduktion sollte etwas Budget als Puffer eingeplant sein.

Kostenfalle 1

Die Idee

Egal, ob Werbeagentur, Mittelständler, Kleinunternehmer oder oder oder. Irgendwann wird es immer Zeit ein neues Produkt zu bewerben. Die Entscheidung für einen Film ist gefallen. Doch wie geht es weiter? Natürlich steht an erster Stelle immer eine Zielgruppenanalyse. Die beste Idee nutzt nichts, wenn sie die Zielgruppe nicht ansprechen wird. Ein Film wird weder für den Auftraggeber, noch für den Auftragnehmer gemacht. Ein Film wird für den Zuschauer produziert. Punkt. Dem muss er gefallen.

Es muss also klar sein wer das Produkt nutzt und worauf diese Personen am besten ansprechen. Was soll mit dem Film beim Zielpublikum ausgelöst werden? Was ist die Kernbotschaft des Films? Soll der Zuschauer sofort etwas kaufen? Soll er eine Webseite besuchen? Soll er anrufen? Und und und.

Ein weiterer Punkt ist das Budget und der Zeitrahmen. Wieviel Geld kann in die Hand genommen werden für die Produktion und wann muss der Film fertig sein? Wer nicht weiß, wieviel ein Film kosten könnte, sollte den eigenen Menschenverstand neutral einsetzen. Kommen in einer Idee viele Darsteller vor, sollen jede Menge Effekte eingesetzt werden oder zeigt der Film Dinge, die sich aller Wahrscheinlichkeit nach nicht so einfach filmen oder animieren lassen, dann sind die Kosten wohl auch höher. Ist schon die Idee simpel, ist die Wahrscheinlichkeit hoch, dass der Film nicht allzu preisintensiv wird. Schlussendlich kann jeder einfach nachfragen in welchem Preisrahmen sich eine bestimmte Idee abspielen könnte. Ein Anruf inkl. kurzer Schilderung reicht da in aller Regel aus, um zumindest eine Hausnummer zu erhalten.

Wichtig ist auch zu wissen, dass Filmproduktionen zwar durchaus schnell umgesetzt werden können, aber nicht alle gleichermaßen. Auch nicht gleichermaßen gut. Je mehr Zeit zur Verfügung steht, desto ansehnlicher wird das Endprodukt. Wir sprechen hierbei eher von Wochen und Monaten als von Tagen.

Die Kostenfalle entsteht also an der Stelle, an der finanziell oder zeitlich unrealistische Erwartungen an die Umsetzung der Idee gestellt werden. Schon in dieser Phase kann unnötig Geld ausgegeben werden, nämlich dann, wenn eine Idee weiterentwickelt wird, die in der Theorie von vornherein eigentlich gar nicht realistisch war.

Kostenfalle 2

Das Konzept

Nachdem eine grundsätzliche Idee entwickelt wurde, muss diese in ein Konzept gegossen werden. Dieses ist noch nicht ausgereift, sondern es entwickelt die Idee weiter. Oft ist es so, dass eine Idee auf unterschiedliche Art und Weise umgesetzt werden kann. So kommt es zum Beispiel in Frage mit real gedrehten Aufnahmen zu arbeiten oder alles in 2D oder sogar 3D zu animieren. Ein Konzept ist dafür da, um dies genauer zu definieren und darauf aufbauend eine ungefähre Struktur des Films aufzuzeigen. Ein Konzept lässt sich normalerweise gut innerhalb einer A4 Seite oder gar weniger umsetzen.

Liegen zu einer Idee mehrere Konzepte vor, so lassen sich diese auch gut miteinander kombinieren. Es können sich zum Beispiel Elemente aus Konzept 1 auch in Konzept 2 einarbeiten lassen. Anhand einer solchen Ausarbeitung ist es möglich die Kosten für einen Film besser abschätzen zu können. Vor allen Dingen auch, weil ein Konzept essentielle Dinge definiert wie den Einsatz potentieller Darsteller, die Fülle an Effekten, die im Film genutzt werden soll, eine etwaige visuelle Stilrichtung, potentielle Drehorte und und und.

Wer sich also Mühe gibt bei der Ausarbeitung eines Konzeptes, dem fallen die folgenden Schritte leichter. Der kann einen Budgetrahmen besser abschätzen. Auch eine zeitliche Umsetzung ist leichter greifbar. Das führt schlussendlich dazu, dass Folgekosten geringer gehalten werden können. Das sind Kosten die spätestens im Schnitt auftauchen würden, nämlich dann wenn klar wird, dass bestimmte Dinge im Film nicht zu sehen sind, die aber eigentlich hinein gehören. In der Konzeptionsphase kann dies bereits berücksichtigt werden.

Kostenfalle 3

Das Drehbuch

Bevor nun produziert werden kann, sollte ein Drehbuch vorliegen. Ohne dieses weiß schlussendlich niemand was eigentlich gedreht werden soll. Das Drehbuch ist die Ausarbeitung eines Konzepts. Laut Schulbuch würde nach einem Konzept ein Exposé und dann ein Treatment folgen. Dann käme erst das Drehbuch ins Spiel. Das hat durchaus seine Berechtigung, hat sich jedoch in der Praxis im Bereich der Industriefilmproduktion nicht immer bewährt. Natürlich gibt es Produktionen bei denen dieses Vorgehen relevant ist. Doch der Großteil der Filme wird mit dem direkten Sprung von Konzept auf Drehbuch produziert. Teilweise passiert nicht einmal das. Zu denken ist dabei an Impressionsfilme, Testimonialvideos oder Moodfilme.

Ein Drehbuch definiert sehr genau was während des Films passiert. Besonders für den Auftraggeber ist es hilfreich, da er dadurch bereits geschrieben sieht, wie der finale Film aussehen wird. Außerdem erlaubt es das Drehbuch auch die Kosten exakt zu definieren. Anhand eines gut vorbereiteten Drehbuchs ist tatsächlich beinahe jeder Kostenpunkt ersichtlich. Ein Storyboard, welches im nächsten Kapitel behandelt wird, ist dafür noch geeigneter. Doch für den Großteil der Produktionen ist das Drehbuch das A und O.

Je nachlässiger am Drehbuch gearbeitet wurde, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass sich gewissen Zusatzkosten einstellen werden. Das soll nicht heißen, dass ein Drehbuch der Schlussspunkt kreativer Ideen ist, doch es gibt schon sehr genau vor, was passieren soll. Ergibt sich während des Produktionsprozesses noch die ein oder andere Änderung, dann ist das ein normaler kreativer Prozess. Dieser sollte auch zugelassen werden.

Bei besagten Impressionsfilmen, Moodfilmen oder Eventfilmen ergibt sich von vornherein, dass kein Drehbuch vorhanden sein kann. In diesem Fall gibt der Ablauf der Veranstaltung im Endeffekt vor, was gefilmt werden könnte. Der Kameramann muss dabei noch ein geübtes Auge haben und sehen können, was filmenswert ist. Dann kann nichts schief gehen.

Kostenfalle 4

Das Storyboard

Gleich vorweg: Ein Storyboard ist keine Pflicht, es ist die Kür. Es handelt sich hierbei um die visuelle Ausarbeitung des Drehbuchs. Man kann es sich wie einen kleinen Comic-strip vorstellen, in welchem die Szenen aus dem Drehbuch gezeichnet sind. Sind sie es nicht, dann können ein Drehbuch auch anhand von Fotos umgesetzt werden. Jedenfalls ist es nicht für jeden Film nötig. Sinnvoll ist es allemal. Doch natürlich dauert und kostet die Erstellung eines Storyboards Zeit und Geld.

Wer ein Storyboard nicht zeichnen lassen möchte, kann auf Fotos zurückgreifen. Diese können entweder tatsächlich fotografiert werden (vielleicht etwas zu viel des Guten?). Sie können aber auch online lizenziert werden. Creative Commons Lizenzen erlauben auch die kostenfreie Nutzung von Bildern. Wer die Storyboarderstellung nicht kommerziell betreibt sollte für interne Projekte auch auf kostenfreie Bilder im Netz zurückgreifen dürfen. Natürlich sind wir keine Juristen und bitten um Klarstellung für den Fall, dass diese Aussage grenzwertig oder falsch ist.

Im Rahmen eines Impressionsfilms lässt sich im Vorfeld natürlich kein Storyboard erstellen, da im Normalfall nur absehbar ist, wann was passiert, jedoch nicht wie genau es passieren wird. Aus diesem Grund sind Filme rund um Events in aller Regel dokumentarisch angelegt. Erst nach den Aufnahmen wird klarer, was mit dem gefilmten Material passieren kann. Wichtig hierbei ist, dass der Kameramann bereits an den Schnitt denkt. Nur so ist gewährleistet, dass er Aufnahmen macht, die sich schlussendlich auch gut miteinander schneiden lassen.

Ein Storyboard ist sehr hilfreich, legt aber keine kreativen Fesseln an. Natürlich lassen sich noch immer Änderungen vornehmen. Auch während der Produktion. Wichtig zu wissen ist jedoch, dass sich die gesamte Crew auf ein Storyboard vorbereitet. Änderungen können also dazu führen, dass im schlechtesten Falle ein immenser Mehraufwand entsteht. Alle, die sich an das Storyboard halten werden nur exakt das produzieren, was auch benötigt wird. Im Schnitt wird es keine großen Überraschungen geben. Sämtliche Folgeabläufe sind sehr effizient plan- und durchführbar. Aus diesem Grund bietet sich ein Storyboard an, denn es spart vorher nicht absehbare Folgekosten.

Es lässt sich sehr gut mit einem Einkaufszettel vergleichen. Wer mit einem solchen einkaufen geht kauft nur das, was gebraucht wird. Um ihn zu erstellen ist Vorarbeit nötig, doch schlussendlich werden Kosten eingespart. Wer ohne Einkaufszettel einkaufen geht und sich die Vorbereitung spart oder nur ungenügend vornimmt, kauft eventuell Dinge ein, die nicht benötigt werden. Die kosten Geld, sowohl in Anschaffung, als auch in der Verwaltung im Küchenschrank.

Kostenfalle 5

Organisation des

Filmteams

Bevor sich eines organisieren lässt, sollte klar gestellt werden, was ein Filmteam überhaupt ist. Es handelt sich dabei im Prinzip um alle Beteiligten an einer Filmproduktion. Klassischerweise fallen einem da immer der Kameramann und der Regisseur / Redakteur ein. Doch dazu gehört auch Ton- und/oder Lichtpersonal. Eine Visagistin gehört, je nach Projekt, dazu. Etwaige Assistenten ebenfalls. Je nach Produktionsgröße gehören auch Fahrer, Setbauer etc. dazu. Am besten ist es sich immer mit einer Produktionsfirma abzusprechen, wer überhaupt alles gebraucht wird für ein bestimmtes Projekt.

Es ist empfehlenswert, wenn das gesamte Team nicht zusammengewürfelt wird. Je mehr ein Team Hand in Hand arbeitet, desto einfacher geht eine Produktion von statten. Das spiegelt sich schlussendlich auch im Ergebnis wieder. Nur in den seltensten Fällen lohnt es sich für einen Auftraggeber also, das Team eigenständig zusammen zu buchen. Besser ist es ein Produktionsunternehmen anzusprechen. Dort kennt sich das Team. Der gesamte Ablauf wird strukturierter und glatter von der Hand laufen.

Schlussendlich muss ein Editor, also derjenige, der den Film schneidet, alles gerade bügeln, was im Vorfeld fehlerhaft organisiert, geplant oder aufgenommen wurde. Je klarer dieser schon in den gesamten Prozess eingebunden ist, desto besser. Das heißt aber nicht, dass ein Editor schon von Anfang an dabei sein muss. Ein Team, das sich kennt, wird jedoch wissen wann wer welche Informationen benötigt.

Ein Filmteam lässt sich gut über Bauchgefühl und Referenzen finden. Nicht immer müssen die Referenzen aussagen, dass ein Team sich in einem Bereich auskennt, nicht aber in einem anderen. Insofern lohnt sich ein Anruf oder eine Anfrage, wenn das grundsätzliche Bauchgefühl bei der Buchung gut ist. Es ist natürlich hilfreich, wenn ein auf Food spezialisiertes Filmproduktionsunternehmen auch in Betracht kommt den nächsten Food Film für ein Unternehmen zu drehen. Es ist aber nicht immer notwendig. Auch Unternehmen, die eher in der Beauty-Industrie tätig sind, können genauso hervorragende Food-Filme produzieren. Lange Rede, kurzer Sinn: Referenzen sind hilfreich. Aber auch nur in Hinblick über die Qualität der Produktionen.

Es ist durchaus hilfreich ein Team zu buchen, welches nicht zu tief im Thema ist. Der Hintergrund ist, dass das Team dann immer noch das Auge des Zuschauers widerspiegelt. Das Team wird also Fragen stellen, die Auftraggebern eventuell seltsam vorkommen. Hintergrund solcher Fragen ist in aller Regel nicht nur das Eigenverständnis, sondern auch die richtige Produktion für den Zuschauer zu generieren.

Übrigens können die Kosten durchaus günstiger sein, wenn eine Filmproduktionsfirma sich um das komplette Personal kümmert. In aller Regel lassen sich hier nämlich bessere Preise erzielen als wenn mit Einzelkämpfern gearbeitet wird.

Kostenfalle 6

Organisation im eigenen Haus

Nicht außer Acht gelassen werden darf die eigene interne Organisation. Das ist gegebenenfalls ein mühseliger Prozess, jedoch sehr lohnend für das Endprodukt. In erster Linie geht es hierbei um die Information gegenüber den Mitarbeitern. Auch wenn Drehteams in aller Regel versuchen Prozesse nicht zu sehr zu beeinflussen, so gelingt dies nicht immer. Je mehr betroffene Mitarbeiter im eigenen Haus Bescheid wissen, umso besser. Im Sinne der DSGVO, die seit Mai 2018 europaweit Gültigkeit hat ist es sowieso notwendig, dass Personen, die gefilmt werden, gesondert informiert werden.

Besonders für Personen, die vor der Kamera ein Interview führen sollen gilt, dass diese unbedingt vorbereitet sein müssen. Das muss nicht heißen, dass sie schon alle Fragen beantworten können. Sie sollten aber zumindest wissen wann sie gefilmt werden und worum es überhaupt geht. Das am besten nicht erst am Drehtag selbst. Das ist nicht immer möglich. Gerade bei CEOs von Großkonzernen klappt das nicht immer. Diese sind es jedoch in aller Regel auch gewohnt vor Kameras zu sprechen. Insofern wird sollte dies kompensieren, wenn die Vorbereitungszeit gelitten hat. Für alle, die nicht ständig vor der Kamera stehen oder mit vielen Menschen reden gilt: Vorbereitung ist wichtig!

Die Organisation im eigenen Haus sorgt am Ende des Tages dafür, dass es zu keinen unnötigen Wartezeiten für das Drehteam kommt. Diese verursachen ggfs. Mehrkosten. Dinge, die sich nicht auf die Schnelle organisieren lassen können im schlechtesten Falle dazu führen, dass ein Dreh verschoben werden muss.

Rein optischer Natur ist die Vorbereitung rund um Mitarbeiterkleidung, Sauberkeit und Aussehen vor Ort. Der finale Film sieht umso schöner aus, je sauberer es vor Ort war. Im Idealfall sollte gedreht werden, wenn die Reinigungskolonnen durch die Betriebsstätten gegangen sind. Auch sollten Maschinen geputzt sein. Mitarbeiter im Bild sollten idealerweise gebrandet sein, also Kleidung tragen, die auf das Unternehmen hinweist. Diese kleinen Details sorgen ganz einfach dafür, dass das Endprodukt schöner ist. So einfach ist das.

Wird in Bereichen gedreht, die besondere Anforderungen an die Arbeitssicherheit stellen, so sollte geklärt sein, ob das Filmteam über entsprechende persönliche Schutzausrüstung verfügt, oder ob diese gestellt werden muss. Auch sollte geklärt sein wie lange das Filmteam am Drehtag für die Arbeitsschutzeinweisung in Beschlag genommen wird. Auch diese Prozesse verursachen Zeit und Kosten.

Es bietet sich übrigens immer an mit dem Filmteam im Vorfeld eine Ortsbegehung zu machen. So können scheinbar nicht vorhandene Probleme direkt geklärt werden, bevor sie tatsächlich zu einem Problem werden. Diese Begehung erfolgt in der Regel mit dem Projektleiter, dem Regisseur / Redakteur oder dem Kameramann.

Kostenfalle 7

Der Drehtag

Der große Tag ist gekommen und es kann gedreht werden. Natürlich gibt es auch am Drehtag selbst ein paar Dinge zu beachten, die Kosten verursachen. Oder eben nicht. Etwas, das sich kaum beeinflussen lässt, ist das Wetter. Bei Außendreharbeiten muss gegebenenfalls der Drehtag verschoben werden, wenn das Wetter zu schlecht (oder zu gut?) ist. Gerade bei geplanten Aufnahmen mit einer Kameradrohne spielt das Wetter eine entscheidende Rolle.

Wer nicht außen, sondern innen dreht, muss da Drehteam am besten ganztags begleiten. Externe finden sich in aller Regel nicht unbedingt zurecht, wenn ein Drehort neu ist. Auch so ist es natürlich hilfreich, wenn ein Drehteam nicht allein gelassen wird. Entscheidungen müssen getroffen werden. Eventuell muss ein Zutritt geklärt werden. Befugnisse reichen gegebenenfalls nicht aus. Und und und. Je länger ein Team darauf warten muss, bis etwas entschieden ist, desto kostenintensiver wird eine Produktion.

Nicht vergessen werden sollte übrigens auch das Catering. Im Idealfall gibt es definierte Pausenzeiten oder zumindest die Option für das Filmteam auch etwas zu essen und zu trinken. Dieses Thema wird häufig leider etwas stiefmütterlich behandelt. Alle Beteiligten einer Filmproduktion freuen sich jedoch auch darüber, wenn das leibliche Wohle bedacht wurde.

Alles baut im Endeffekt aufeinander auf. Wer bei der Organisation im Vorfeld vergessen hat, dass auch ein Drehteam Zugangsprozessen unterworfen ist, badet dies im schlechtesten Falle am Drehtag aus. Wer bei der internen Organisation nicht alle Drehorte bedacht hat, die im eigenen Haus anfallen, kann am Drehtag selbst vielleicht dort nicht drehen. Wer vergessen hat Mitarbeiter zu informieren, sieht sich gegebenenfalls Datenschutzproblemen ausgesetzt. Ein Dreh ist dann unter Umständen nicht möglich. Am Drehtag selbst können derlei Punkte, je nach Umfang, kaum noch zufriedenstellend geregelt werden.

Kostenfalle 8

Corporate Identity

Ein häufig ebenfalls vernachlässigter Punkt ist die Corporate Identity. Sie umschreibt unter anderem die Außendarstellung eines Unternehmens. Diese findet sich in aller Regel in den Richtlinien zum Corporate Design. Diese Richtlinien nennen sich gern auch Branding Guidelines. Natürlich ist es nicht zwangsläufig nötig, dass diese Guidelines vor dem Schnitt oder der Postproduktion vorliegen. Es kann jedoch hilfreich sein. Sie besagen nämlich unter Umständen, wie bestimmte Aufnahmen durchgeführt werden sollen. Auch die Farbigkeit oder die Anordnung von Elementen innerhalb von Filmproduktionen kann in solchen Guidelines geregelt werden. Gibt es darin Aussagen zu besagten Punkten, kann es sein, dass auf andere Art und Weise gefilmt werden muss.

Spätestens beim Schnitt müssen die Richtlinien jedoch vorliegen. Hier wird nicht nur mit gefilmtem Material gearbeitet, sondern auch mit Designelementen. Schrift, Farbflächen, Grafiken, Logoeinblendungen etc. Dem Editor muss klar sein, was er wie verwenden darf. Kommen diese Informationen zu spät im Prozess, so kann es sein, dass vieles umgeschnitten werden muss. Das verursacht selbstverständlich Kosten, die vermeidbar wären.

Wichtig ist vor allem zu wissen in welchen Formaten Daten vorliegen. Eventuell müssen Grafiken umgearbeitet werden, wenn diese in Formaten vorliegen, die nicht nutzbar sind für Schnitt oder Animationen. Programme wie der Adobe Illustrator oder InDesign mögen für Grafiker kein Problem sein. Im Filmbereich lässt sich mit Dateien aus diesen Programmen nicht arbeiten. Es fallen also gegebenenfalls extra Kosten an, wenn die vorliegenden Daten nicht kompatibel sind für den Einsatz.

Ein Problem besteht darin, dass das Thema Filmproduktion in Branding Guidelines häufig nicht gut aufbereitet ist. Es fehlen teilweise grundlegende Informationen über die Verwendung von Bauchbinden (also Texteinblendungen mit Namen und Position von Interviewpartnern z.B.). Auch die Nutzung von Farben und Elementen ist oft nur für Printprodukte und Webseiten geregelt. An Filme werden jedoch teilweise andere Anforderungen gestellt. Es bietet sich an im Laufe der Zeit diese Anforderungen mit aufzunehmen in die vorhandenen Richtlinien. So bleibt gewährleistet, dass auch künftige Filmproduktionen denselben Look haben.

Übertragen auf das Hauptthema der Kostenfallen sind fehlende Richtlinien keine direkten Kostenverursacher. Selbst wenn im Schnitt umgearbeitet werden muss, dann fallen Kosten an, die halten sich jedoch für gewöhnlich im Rahmen. Schlimmer ist es, wenn nicht auf die Richtlinien geachtet wird. Das Ergebnis sind lauter Filme, die alle anders aussehen. Der Zuschauereindruck ist, dass die Produktionen alle chaotisch sind und in einem Einklang zueinander stehen. Das kann sich langfristig auf die eigene Reputation auswirken.

Kostenfalle 9

Der Schnitt

Nun ist es soweit. Aus dem vorhandenen Material, seien es Videoaufnahmen, Grafiken, Sounds etc. kann ein Film geschnitten werden. Selbstredend können auch an dieser Stelle Kosten anfallen, die nicht anfallen müssen, wenn man „es nur gewusst hätte“. In erster Linie wird im Schnitt das ausgebadet, was der Kameramann oder der Regisseur nicht richtig oder anders gemacht haben. Hier greifen die Informationen aus dem Kapitel „Organisation des Drehteam“. Wenn sich ein Team kennt, weiß es, wie es zusammen arbeiten muss. Kennt es sich nicht, bekommt der Editor (also derjenige, der den Schnitt durchführt) eventuell Material, mit dem er so nicht viel anfangen kann. Er muss es ggfs. sichten und korrigieren. Eventuell arbeitet er dabei erst einmal umsonst vor sich hin bis sich herausstellt, dass alles doch ganz anders sein sollte. Dies betrifft vor allem Korrekturarbeiten wie Farbkorrektur oder Schärfefahrten. Eventuell hat sich der Kameramann etwas bei seinen Aufnahmen gedacht von dem der Editor aber nicht weiß, was es war.

Bekommt ein Editor Fremdmaterial geliefert, kann es sein, dass dieses Material erst umcodiert werden muss. Nicht jedes Video ist auch wirklich gleich nutz- und schneidbar. Dieser Prozess dauert in aller Regel nicht lange, jedoch gehört teilweise schon ein wenig Arbeit dazu, bis Fremdmaterial vernünftig vorbereitet wurde für den Schnitt.

Im Schnitt können viele Probleme gelöst werden. Dinge, die nicht gemäß Drehbuch / Storyboard produziert werden konnten, können hier auf irgendeine Art und Weise zumindest halbwegs gerettet werden. Das kann aber auch dazu führen, dass Mehrarbeit nötig wird. Wenn sich plötzlich ergibt, dass eine Szene, die gedreht werden sollte, nur durch eine grafische Animation visualisierbar ist, dann verursacht das natürlich erheblich mehr Arbeit als ursprünglich angedacht.

Das Thema Korrekturschleifen ist in diesem Zusammenhang auch erwähnenswert. Im Idealfall geht eine Filmproduktion durch ein bis zwei Korrekturschleifen. Das ist oft auch gewährleistet, wenn nicht zu viele Personen nacheinander auf einen Film schauen. Idealerweise schauen sämtliche Entscheidungsträger alle Korrekturversionen. Sonst führt es dazu, dass Version 5 eines Films erst fertig gestellt sein muss, bevor sie überhaupt zum Hauptverantwortlichen gelangt. Ändert dieser wieder Punkte, kommen ganz schnell unzählige Filmversionen zustande. Diese Korrekturschleifen können, wenn nicht anders vertraglich vereinbart, Mehrkosten verursachen.

Kostenfalle 10

Animation

Animationen sind ein sehr weit gefasstes Feld. Es gibt unterschiedliche Arten zu animieren. Die Kosten, die hier entstehen können vom dreistelligen bis in ungeahnte Sphären liegen. Gerade in diesem Bereich können auch kleinste Änderungen an der Animation zu ungeahnten Kettenreaktionen innerhalb des Animationsablaufes führen. Aus diesem Grund ist bei solchen Projekten die akribische Vorarbeit absolut essentiell. Ein animierter Film verzichtet auf den physischen Einsatz eines Kameramannes, von Licht- und Tontechnikern, von Make-Up und Co. Nichts desto Trotz kommen hier die VFX-Artists (Visual Effects Künstler) zum Einsatz. Diese machen oft in akribischer Kleinstarbeit nichts anderes als über einen bestimmten Zeitraum bestimmte Elemente, Farben, Flächen zu animieren. Jede Menge Denkarbeit ist hier nötig. Jede Menge physikalischer Dinge müssen berücksichtigt werden. Zusammenhänge müssen von vornherein gesehen werden und und und. Der Aufwand für Animationen kann, muss aber nicht, riesig sein.

Zu den unterschiedlichen Arten der Animation sei folgendes gesagt: Es gibt die klassische, analoge 2D Filmanimation. In dem Fall wird auf vorhandene Grafiken oder Bilder zurück gegriffen. Diese können dann entweder live für die Kamera gezeichnet werden oder einzig und allein am Rechner miteinander verknüpft werden. Je aufwendiger dies wird, desto kostenintensiver wird es. Auch wird mit zunehmendem Aufwand die Wahrscheinlichkeit geringer, dass nachträgliche Änderungen preisgünstig umsetzbar sind. Es gibt Unterschiede, ob ein Film farbig oder schwarz-weiß produziert werden soll. Die Dauer der Animation spielt ebenfalls eine entscheidende Rolle. In der 3D Welt sieht das ganz anders aus. Wir sprechen nicht von 3D-Brillen oder dem 3D, welches aus Kinos bekannt ist, sondern von dreidimensionalen Gegenständen, Häusern, Figuren, die mittels Software erst einmal modelliert werden müssen. Hier können nachträgliche Änderungen massive Kostensteigerungen verursachen. Ohne Storyboard sollte niemand anfangen eine umfangreiche 3D Animation zu erstellen.

Wer nicht in der 3D Welt tätig ist, sondern wer mit sogenannten Whiteboardvideos arbeiten möchte, kann dies natürlich auch zu günstigeren Preisen tun. Hierzu wird oftmals lediglich ein Illustrator benötigt, der in Absprache mit dem Editor oder VFX Artist entsprechend animierbare Vorlagen liefert. Je besser Illustrator und Editor sich kennen, desto einfacher wird die Zusammenarbeit. Auch hier gilt wieder, dass es besser ist, wenn ein Filmproduktionsunternehmen komplett beauftragt wird und nicht Einzelkämpfer miteinander verknüpft werden, die voneinander nicht wissen, wie sie arbeiten. Das Lehrgeld zahlt am Ende oft der Kunde.

Übrigens lassen sich für Animationen im Vorfeld kaum seriöse Angebote erstellen, solange kein Storyboard existiert. Denn erst dadurch wird der Aufwand für alle Beteiligten klar. Wer also ein Angebot erstellen kann, ohne dass 100% klar ist, wie die Animation aussehen soll, kann dies in aller Regel nicht seriös untermauern.

Kostenfalle 11

Sprecher

Ja, es gibt einen Unterschied zwischen professionellen Sprechern und solchen, die es nicht sind. Der Unterschied ist so gewaltig, dass es dieser Frage eigentlich nicht bedarf. Die Realität sieht teilweise jedoch anders aus. Gerade beim Sprecher reicht es ganz und gar nicht die beste Aufnahmetechnik zu haben. Sprecher wissen mit ihrer Stimme zu spielen. Sie können sie so an unterschiedliche Produkte anpassen, können innerhalb eines Films die komplette Wirkung ändern etc. Sprecher wissen, wie sie mit dem Mikrofon umgehen müssen, um bestimmte Effekte zu erreichen. Gerade bei Tonaufnahmen lässt sich auch nicht allzu viel retten. Eine schlecht durchgeführte Tonaufnahme bleibt eine schlecht durchgeführte Tonaufnahme. Da kann die beste Computertechnik kaum etwas machen. Da Ergebnis ist schlechter Ton in einem eventuell guten Video. Insofern lautet die Grundaussage: Immer mit professionellen Sprechern in professionellen Tonstudios (Tonkabinen) zusammen arbeiten.

Wann entstehen Kosten für Sprecher, die so nicht vorhergesehen waren? Natürlich bei jeder Änderung. Jede Änderung führt dazu, dass ein Sprecher erneut ins Tonstudio (oder in die Tonkabine) muss. Für den Editor bedeutet jede Änderung an der Sprachaufnahme auch eine Änderung im Schnitt oder ggfs. in Texteinblendungen. Sprecher verlangen übrigens für Ihre Arbeit in der Regel ein Honorar, sowie gegebenenfalls ein Buy-Out. Das ist der Verkauf der eigenen Stimme zu Werbezwecken. Diese sind in aller Regel auf bestimmte Einsatzbereiche festgeschrieben. So gibt der Sprecher zum Beispiel sein Buy-Out für die Verwendung der Aufnahme in sozialen Medien. Kommt ein Unternehmen nun auf die Idee auch noch einen Kinospot mit denselben Aufnahmen zu produzieren, dann fallen weitere Buy-Out Kosten an.

Kostenfalle 12

Fremdsprachen

Filme müssen auch hin und wieder in andere Sprachen übertragen werden. Gerade Unternehmen, die international tätig sind, werden früher oder später mit diesem Thema konfrontiert sein. Es gibt im Prinzip drei Optionen, um Filme in eine andere Sprache zu übertragen. Dazu zählt die Untertitelung, die Lippensynchronisation oder die zeitliche Synchronisation. Bei der Untertitelung werden Untertitel zum gesprochenen Wort eingeblendet. Bei der Lippensynchronisation werden Lippenbewegungen von Protagonisten so gut wie möglich in einer anderen Sprache genutzt. Bei der zeitlichen Synchronisation wird nicht auf Lippenbewegung geachtet, sondern die Fremdsprache wird innerhalb eines bestimmten Zeitraums gesprochen. Auf den Zuschauer kann das alles sehr unterschiedliche Eindrücke hinterlassen. Die optimale Version ist die Lippensynchronisation. Eine gut gemachte Zeitsynchronisation ist ebenfalls akzeptabel. Untertitel funktionieren häufig gut und sind oftmals auch die günstigste Version einen Film in eine andere Sprache zu adaptieren.

Einen vorhandenen Film in eine andere Sprache zu übertragen ist auch inklusive unzähliger Änderungen möglich. Natürlich sorgt jeder weitere Änderungsdurchlauf dafür, dass Kosten entstehen. Idealerweise sollte also bereits nach der Übersetzung von Texten in die anderen Sprachen klar sein, dass es sich um den finalen Text handelt. Spricht ein Sprecher erst einmal und wird danach festgestellt, dass etwas hätte geändert werden müssen, dann muss der Sprecher gegebenenfalls noch ein weiteres Mal vor das Mikrofon. Diese Kosten lassen sich sparen. Gleiches gilt auch für die Untertitelung. Direkt nach der Übersetzung muss eine Korrekturschleife erfolgen. Nur so lassen sich die Kosten im budgetierten Rahmen halten. Etwas schwieriger wird es in diesem Fall bei Sprachen, die ein anderes Alphabet als das eigene verwenden. So sind Filme, die nach Arabisch, in eine asiatische Sprache, nach Russisch oder in ähnliche Sprachen übertragen werden sollen, etwas schwieriger zu handhaben. Gerade hier verursachen Änderungen auch mitunter ungewollte zeitliche Verzögerungen, da mehr Personen am Prozess beteiligt sind, als bei Französisch, Spanisch oder Englisch zum Beispiel.

Übrigens müssen bei einer Lippensynchronisation Übersetzungen immer ein wenig weiter gefasst werden. So ergibt sich oftmals erst bei der direkten Synchronisation, dass gewisse Wortkombinationen so gar nicht passen. Deshalb muss Sprecher und Synchronregisseur die Option gegeben werden, Übersetzungen eventuell anzupassen. Dies sollte im Hinterkopf behalten werden. Das verursacht zwar keine weiteren Kosten (es sei denn, das Synchron Drehbuch ist zu schlecht verfasst), doch Auftraggeber müssen wissen, dass Lippensynchronisationen nicht zu 100% im Vorfeld geplant werden können.

Kostenfalle 13

Musik

Neben Sprache kommt in Filmen natürlich auch Musik vor. Es gibt verschiedene Optionen einen Film musikalisch zu vertonen. Die einfachste Variante ist sicher, dass Musik aus einem Musikpool eingekauft und lizenziert wird. Dies ist in aller Regel einfach, schnell, vielfältig und günstig. Der Nachteil ist, dass die Musik in aller Regel nicht individuell nutzbar ist, sondern dass sie auch von anderen Unternehmen lizenziert werden kann. So kann es also durchaus passieren, dass ein und dasselbe Musikstück in vielen unterschiedlichen Produktionen vorkommt. Eine Alternative ist, sich Musik explizit für die Filmproduktion erstellen zu lassen. Das kostet natürlich Zeit und Geld.

Musik lässt sich im Vorfeld einer Produktion auch kaum beschreiben. Insofern kann eine selbst komponierte Musik auch erst wirklich angepasst erstellt werden, wenn ein Film bereits im Schnitt ist. Das Problem ist, dass Musik durchaus sehr subjektiv gesehen wird. Während Komponist und Editor begeistert sind von der hervorragend passenden Musik, kann es sein, dass der Auftraggeber das ganz anders sieht. Jeder einzelne Zuschauer wird es ohnehin noch einmal ganz anders sehen. Insofern kann Musik individuell produziert werden, wenn Budget dafür da ist. Dann können nämlich auch Änderungen am Stil oder gar am ganzen Titel vorgenommen werden ohne dass auf die Kosten geachtet werden muss.

Wer doch ein wenig übersichtlicher agieren möchte, der greift auf Musikpools zurück. Wer übrigens GEMA-pflichtige Musik lizenzieren möchte, muss sich im Klaren sein, dass die GEMA und auch die Musikverlage einen Teil des Geld abhaben möchten. Die Kosten können durchaus im drei bis vierstelligen Bereich liegen oder gar noch höher steigen. An dieser Stelle sei gesagt, dass ein simples Nachkomponieren solcher Titel nicht möglich ist, da es sich im schlechtesten Fall um eine Rechtsverletzung handelt.

Wer also Kosten sparen möchte, nimmt die Mehrfachlizenz-Problematik mit Musikpools in Kauf und hat so die Option das Musikstück auch während der Filmentstehung immer wieder zu ändern. Bei individuell komponierten Titeln funktioniert das leider nicht.

Kostenfalle 14

Darsteller

Vor der Kamera stehen mitunter nicht nur Mitarbeiter aus dem eigenen Unternehmen, sondern auch Schauspieler, Models oder Komparsen. Komparsen sind dabei Staffage im Bild. Das heißt, Personen die das Bild auffüllen. Zum Beispiel Personen, die einfach einen Platz füllen, im Restaurant im Hintergrund sitzen, auf einem belebten Platz entlang laufen oder ähnliches. Zu einem Honorar gebuchte Menschen, die „einfach nur da sind“. In der Regel handelt es sich hierbei um Laien. Models sind keine Laien. Sie können sich präsentieren und in Szene setzen. Sie müssen nicht zwangsläufig auch sprachlich agieren können. Dafür sind Schauspieler da. Sie können sich in Szene setzen und Dialoge oder Monologe führen. Natürlich sind Schauspieler teurer als Models, die teurer sind als Laiendarsteller. Sie werten einen Film jedoch in aller Regel sehr stark auf. Was sich am Anfang als Kostenfaktor präsentiert, äußert sich am Ende in einem sehr viel wertigeren Endprodukt.

Wie Sprecher auch verlangen Darsteller und Models in aller Regel ein Honorar inklusive Buy-Out. Ändert sich die Verwendung des Endproduktes, so fallen gegebenenfalls weitere Buy-Out Kosten an. Im Vorfeld einer Produktion muss übrigens bedacht werden, dass Schauspieler (und teilweise auch Models) Zeit benötigen, um sich in eine Rolle hinein zu arbeiten. Auch dieser Kostenpunkt muss berücksichtigt werden. Dafür ist jedoch in aller Regel das ausführende Filmproduktionsunternehmen verantwortlich.

Wer mit Schauspielern arbeitet muss bedenken, dass in aller Regel auch eine Visagistin zum Einsatz kommt. Diese hat in aller Regel ein fest definiertes Tagesbudget und sorgt dafür, dass Darsteller und Co. vor der Kamera gut aussehen, nicht glänzen, keine falsch liegenden Haarsträhnen haben etc. Visagisten sollten keinesfalls eingespart werden. Der visuelle Unterschied im Endprodukt ist hoch.

Wer Kinder oder Tiere einsetzen möchte muss sich an weitere Regeln halten. Bei Kindern gelten andere Arbeitszeit- und Pausenregelungen. Bei Tieren muss der Tierschutz berücksichtigt werden. In der Regel sind Dreharbeiten mit Kindern oder Tieren gleichzeitig mit mehr Personal verbunden (Betreuungspersonen z.B.). Eventuell lassen sich bestimmte Drehs gar nicht durchführen. Hier können also durchaus Kosten entstehen, die im Vorfeld nicht einmal vermeidbar gewesen wären. Hier kann das Eingangs erwähnte Pufferbudget eventuell sehr von Vorteil sein.

Kostenfalle 15

Requisiten

Requisiten können von großer Bedeutung für die Wirkung eines Filmes sein. Sind sie vorhanden, fällt dies normalerweise niemandem auf. Fehlen sie, ist dies sofort ersichtlich. Der Zuschauer wird inhaltlich kaum etwas mitbekommen wenn er feststellt, dass im Film keine Requisiten vorkamen. Dabei handelt es sich im Grunde genommen um die komplette Ausstattung einer Szenerie. Dies ergibt sich bei sehr vielen Filmen natürlich völlig automatisch. Immer wenn in genutzten Büroräumen, in Industrieumgebungen o.ä. gefilmt wird, ist die komplette Ausstattung in aller Regel bereits vorhanden. Dann geht es maximal noch darum, dass störende Gegenstände aus der Aufnahme entfernt werden.

Werden jedoch Szenerien künstlich hergestellt, also zum Beispiel in einem Fertighaus, dann müssen Requisiten her. Dabei geht es um die Vorhänge im Hintergrund genauso wie um irgendwelche Blumenvasen, Bilder an der Wand, Schlüssel am Schlüsselbrett etc.

Bei der Kostenplanung sollten Requisiten nicht vergessen werden. Eine Ortsbegehung kann Abhilfe schaffen, um festzustellen, welche überhaupt noch benötigt werden. Diese müssen natürlich eingekauft oder gemietet werden. Fehlen sie, wird das Endprodukt eventuell alles andere als ansehnlich sein. Müssen sie am Drehtag erst noch organisiert werden, kann das zu starken Verzögerungen führen. Nicht immer müssen Requisiten übrigens tatsächlich funktionieren. Sie müssen normalerweise nur „nach etwas aussehen“. So funktioniert in Möbelhäusern ja auch nicht jeder Fernseher, der in einer Wohnwand in der Wohnzimmerabteilung steht.

Bei der Requisitenwahl sollte übrigens auch bereits daran gedacht werden, ob es seitens des Films auch Fremdsprachenadaptionen geben soll. Eventuell gibt es bestimmte Accessoires, Kleidungsstücke oder Requisiten in einem bestimmten Land nicht. Ist dies bereits beim Dreh bekannt, kann gegebenenfalls gleich eine Alternativszene gedreht werden, die eine bestimmte Requisite nicht enthält. Zu denken ist dabei zum Beispiel an Kleidung von Einsatzkräften (Sanitäter & Co.) in Arbeitssicherheitsvideos. Auch an Steckdosen in Erklärvideos rund um elektrische Geräte muss ggfs. gedacht werden. Vielleicht verwendet man in anderen Ländern andere Werkzeugmarken, um ein und dieselbe Tätigkeit auszuführen. In einem explizit auf ein bestimmtes Land abgestimmten Erklärvideo zählen solche Details zur Glaubwürdigkeit dazu.

Später lassen sich solche Themen im Schnitt nur bedingt lösen. Eventuell muss nachgedreht werden oder aber auf bestimmte Szenen verzichtet werden.

Kostenfalle 16

Dreharbeiten an fremden Orten

Wer an fremden Orten dreht hat ein naheliegendes und titelgebendes Hauptproblem. Er kennt den Ort nicht. Ohne eine Ortsbegehung kann es schwierig werden Probleme im Vorfeld zu erkennen. Das muss aber nicht so sein. Ganz simple Dinge müssen zum Beispiel berücksichtigt werden. Wie kommen Crew und Technik zum Drehort? Wo kann geparkt werden? Welche Optionen gibt es, um Technik (die durchaus vielfältig sein kann) irgendwohin zu bringen? Wo kann die Technik abgeladen werden? Ist sie dort geschützt? Wie sieht es mit Strom vor Ort aus? Wie verhält es sich mit Lichteinfall? Was ist mit Störgeräuschen während Tonaufnahmen? Und und und. Es gibt jede Menge Fragen, die sich stellen, wenn an fremden Orten gedreht wird.

Im Vorfeld sollte so viel wie möglich über einen Ort bekannt sein. Natürlich sind professionelle Filmteams flexibel. Am Ende funktioniert in 99% der Fälle auch immer alles. Irgendwie. Es kann jedoch zu unvorhergesehenen Problemen kommen (Zugangsbeschränkungen, Genehmigungen fehlen, Arbeitssicherheitsaspekte, entscheidende Personen wurden nicht informiert, die Polizei steht auf einmal vor der Tür,...), die dazu führen, dass auch Flexibilität seitens des Auftraggebers gefragt ist. Oder dass mehr Geld in die Hand genommen wird, um all die Probleme zu beseitigen, die auftreten.

Selbst wenn einzelne Personen am fremden Ort Bescheid wissen, heißt das noch nicht, dass alles reibungslos funktioniert. Gibt es irgendwo Wachpersonal, das auch informiert sein sollte? Sind irgendwelche Ausweise nötig? Gibt es am Drehort Einschränkungen, die in irgendeiner Art und Weise für Mensch oder Maschine relevant sind? Lange Rede, kurzer Sinn: Dreharbeiten an fremden Orten bergen immer ein gewisses Risiko Drehs zu verzögern. Je mehr über einen Ort bekannt ist, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass der Dreh problemlos vonstatten geht.

Kostenfalle 17

Auslieferung

Der Film ist fertig. Alles hat mehr oder minder gut funktioniert. Jeder ist glücklich. Nun geht es darum den Film auszuliefern. Was früher in der Regel auf DVD passierte wird mittlerweile kaum noch gemacht. Auch USB Sticks sterben mehr und mehr aus. Die digitale Auslieferung eines Films ist zum Standard geworden. Das hat viele Vorteile. Zum Einen ist die Internetgeschwindigkeit oftmals so gut, dass sich Filme problemlos online anschauen lassen. Zum anderen ist mit der Ausgabe eines Films über ein Offlinemedium, also eine DVD, Blu-ray oder einen USB Stick, noch weitere Arbeit verbunden. Eine DVD muss in einer Verpackung ausgeliefert sein. Idealerweise ist die DVD bedruckt. Ein Illustrator sollte die Gestaltung übernehmen. Doch nicht nur die DVD selbst sollte bedruckt sein. Eventuell lohnt es sich auch über die Bedruckung der Verpackung nachzudenken. Und so kommen plötzlich Kosten auf, die im Vorfeld eventuell gar nicht klar waren.

Nächster Punkt: Was macht eine Person mit einem USB Stick. Natürlich lässt sich nicht für alle sprechen, aber der Großteil schließt den Stick an, löscht die Daten darauf und nutzt ihn privat. Eine Filmauslieferung darüber ist also zu häufig vergebene Liebesmüh. Eine Auslieferung auf solchen Medien ist also kaum noch lohnenswert. Umso besser ist das auch für die Auftraggeber des Films, denn so werden viele Kosten eingespart.

Ein wenig Geld muss man in die Hand nehmen für den Fall, dass ein Film auch für das Kino ausgewertet werden soll oder dass er im TV gezeigt werden soll. Je nach Kino oder TV Sender werden unterschiedliche Formate verlangt in die der Film konvertiert werden muss. Das geht mal mehr, mal weniger einfach. Gerade für Kinonutzung müssen häufig Sonderformate hergestellt werden, die nicht jedes Filmproduktionsunternehmen handhaben kann. Hier fallen dann (geringe) Kosten für diese Transkodierung an.

Bei der Auslieferung kann es übrigens auch zu ganz banalen Problemen kommen. Nämlich dann, wenn sich das Filmproduktionsunternehmen nicht auskennt mit Formaten. Auftraggeber gehen natürlich zu Recht davon aus, dass ein professioneller Dienstleister in diesem Bereich weiß, was er tut. Doch wird ein Film „falsch“ konvertiert, dann kann sie das in ganz unterschiedlich sichtbaren Fehlern äußern. Sichtbare Bildfehler, zu helle oder düstere Farben oder schlicht und ergreifend das falsche Dateiformat für bestimmte Anwendungen können Probleme sein. Solche Fehler zu beheben führt natürlich nicht zu weiteren Kosten, sondern eher zu einem weiteren zeitlichen Aufwand, der unnötig ist.

Kostenfalle 18

Vermarktung

Die größte Kostenfalle überhaupt kommt zum Schluss. Niemand würde wohl von Beginn an daran denken, dass der Vermarktung eines Films die Rolle zukommt gleich die größte Kostenfalle zu sein. Doch es gilt das Credo: Wird ein Film nicht gesehen, waren alle Kosten im Vorfeld umsonst.

Wer es bei der Vermarktung also allzu stiefmütterlich angeht, stellt schnell fest, dass er sich den ganzen Stress, Ärger und Kostenaufwand hätte sparen können.

Es kommt übrigens nicht darauf an, dass möglichst viele Personen den Film sehen. Viel wichtiger ist, dass die richtigen Personen den Film sehen. Klicks sind also keineswegs alles. Die „richtigen“ Klicks zählen. Und hier greift das klassische Marketing mit Zielgruppenanalyse. Wo erreiche ich welches Zielpublikum? Wie kann ich in diesen Medien einen Film platzieren? Wie wird ein Film gefunden? Und und und.

Ein Kernpunkt bei öffentlich gezeigten Filmen liegt in der Suchmaschinenoptimierung. Hierbei handelt es sich natürlich um ein ganz eigenes Feld, welches wir hier nur kurz anreißen können. Fakt ist aber, dass ein Film (noch) nicht über seinen Inhalt gefunden wird, sondern über den Text, der den Film umgibt. Suchmaschinen finden Texte im Internet. Ein Film muss also begleitet werden von Texten. Diese sollten natürlich Keyword-optimiert sein. Ein auf YouTube hochgeladener Film muss einen aussagekräftigen Titel haben. Die Beschreibung muss stimmen. Meta Tags müssen gesetzt sein. Gleiches gilt für einen Film auf der eigenen Webseite. Je versteckter er ist und je mehr Schritte ein Nutzer machen muss, um ihn zu sehen, desto unwahrscheinlicher wird es, dass er ihn überhaupt sieht.

Also: Präsentieren Sie Ihren Film. Machen Sie mit ihm Werbung. Zeigen Sie ihn so oft es geht. Zeigen Sie ihn präsent auf Ihrer Webseite. Seien Sie sich der Suchmaschinenoptimierung bewusst. Betten Sie Ihren Film immer in einen Text ein, der ihn auffindbar macht. Geben Sie sich Mühe!

Impressum

Verantwortlich für den Inhalt dieser Produktion:

Pionierfilm GmbH
Großer Stellweg 23
68519 Viernheim
www.pionierfilm.de

Bei der Erstellung dieser Produktion waren beteiligt:

Brian Morrison
Ralf Biebeler
Daniel Schuler
Daniel Klahr
Sebastian Schultze
Luca Zenker