

# Film ab – aber bitte mit Plan

Mit einem Imagevideo kann sich ein Unternehmen von seiner besten Seite zeigen – die RZ zeigt, wie

Text: Nina Schinharl



„Wir haben ein sehr gutes Ergebnis erzielt, wie wir finden. Man sieht sofort, wer und was einen im Laden erwartet. Das ist aufregender als eine statische Homepage“, erklärt Raumausstatter Robert Krebes (i.B. rechts). Das Video gibt es auf [www.raumunikat.de](http://www.raumunikat.de) zu sehen

chen werden kann. Inhalte müssen im Vorfeld bestimmt werden. Während der Filmproduktion ist es zwar auch noch möglich, Änderungen vorzunehmen, jedoch kann das zu unnötigen Kosten führen“, weiß Ralf Biebeler von der Produktionsfirma Pionierfilm aus Ludwigshafen. Die Kosten für einen Imagefilm in guter

Qualität liegen laut Biebeler zwischen 2.000 und 4.000 Euro. Bei der Auswahl der Produktionsfirma sollten die Kosten aber nicht das einzige Kriterium sein. „Fallen Sie nicht auf Pauschalpreise rein. Holen Sie sich immer ein Angebot ein. Oftmals sind Pauschalpreise von vornherein überteuert oder das Geld wird bei besonders günstigen Preisen im Nachhinein durch andere Services hereingeholt“, rät der Filmschaffende. Vielmehr sollten die Kompetenzen überprüft werden und das Bauchgefühl mitentscheiden.

## Ein Video verbreitet sich nicht allein

Robert Krebes hat sein Imagevideo auf die Startseite seiner Website eingebettet und auch auf die Social Media-Plattformen YouTube und Facebook gestellt. Eine optimale Platzierung, wie auch der Experte findet: „Das Imagevideo muss immer im Zusammenhang mit Text gezeigt werden. Hier greifen die üblichen Regeln für die Suchmaschinenoptimierung. Ansonsten gilt: Zeigen Sie es so oft wie möglich und machen Sie an so vielen Stellen wie möglich darauf aufmerksam.“

**M**it einem gut produzierten Imagevideo kann sich ein Unternehmen sympathisch präsentieren und beim Kunden Emotionen wecken. Eine durchdachte Vorplanung ist hierbei der Schlüssel zum Erfolg.

„Bei Imagefilmen ist es wie mit Websites. Entweder man macht es richtig oder man lässt es bleiben“, ist sich Raumausstatter Robert Krebes aus Berlin sicher. Er

wandte sich für sein zweites Imagevideo an eine professionelle Produktionsfirma. „Wir drehten mit Kameralenten, die auch für den Sender N24 arbeiten, die hatten ein gutes Auge und die technischen Mittel für einen qualitativ hochwertigen Film. Man muss natürlich ein bisschen Geld in die Hand nehmen. Aber das zahlt sich später aus“, so Krebes. Besonders die Tonspur war ihm wichtig. „Bei unserem ersten Video hatten wir nur Hintergrundmusik. Das kam nicht so gut an. Wir haben viele professionelle Filmschaffende in Berlin, die uns darauf aufmerksam gemacht haben, dass es immer besser ist, wenn man noch eine Erzählstimme hat“, erzählt der Raumausstatter. Nun sei er mit dem Ergebnis sehr zufrieden und auch die Resonanz durchweg positiv.

## Effizient geplant – Kosten gespart

Bei der Produktion eines Imagevideos ist die Vorplanung das A und O. „Ohne Vorplanung wird ein Imagevideo entweder schlecht oder unnötig teuer. Es muss unbedingt geklärt sein, wer das Zielpublikum ist und wie es am besten angespro-



„Die Vorüberlegungen sind am wichtigsten. Werden diese nicht beachtet, wird ein Film schlecht oder teuer. Das Zielpublikum, der Inhalt

und idealerweise auch der Stil des Films sollten im Vorfeld bestimmt werden“, rät Ralf Biebeler, verantwortlich für Projektleitung, Konzeptentwicklung, Kamera und Schnitt bei Pionierfilm aus Ludwigshafen