**Fragebogen Video Produktion**

Viele Fragen tauchen auf, wenn Unternehmen zum ersten Mal Videocontent produzieren möchten. Unser Fragebogen hilft ihnen dabei die ersten Ideen auf Kurs zu bringen. Mit diesen Fragen und Denkanstößen möchten wir einen ersten Eindruck von Ihrem geplanten Videoprojekt gewinnen. Antworten Sie gerne in Stichpunkten.

### 1. Recherchehilfen

Wir möchten uns gründlich in Ihr Thema einarbeiten. Deshalb freuen wir uns über alle Unterlagen, Broschüren, Prospekte, Internetlinks und sonstige Infomaterialien, die Sie uns zur Verfügung stellen können. Je mehr Material wir auswerten können, desto leichter können wir die Perspektive Ihrer Zielgruppe einnehmen.

**2. Zielgruppe**

Wen soll das Video erreichen? Beschreiben Sie uns Ihre Zielgruppe möglichst genau. Welche Menschen möchten sie ansprechen, welche Erwartungen haben diese Menschen an Sie oder Ihre Produkte, an welchen Punkten kann man sie am besten „packen“ und Emotionen auslösen? Gibt es noch weitere Zielgruppen, für die evtl. eine andere Ansprache nötig ist?

### 3. Kommunikationsziel

Was soll der Film für Sie erreichen? Image aufbauen oder weiter schärfen, Umsätze erhöhen (für die ganze Firma oder nur in speziellen Bereichen?), neue Mitarbeiter finden oder die Belegschaft motivieren? Oft geht es um eine Mischung aus mehreren Zielen, manchmal ist es ratsam, mehrere Ziele mit jeweils einzelnen Filmen abzudecken. Wir beraten gerne, wo Sie am besten mit einer emotionalen Ansprache punkten können

### 4. Botschaft

Die wichtigste Ausgangsfrage: „Was wollen wir eigentlich sagen?“ Je besser Sie diese Frage beantworten können, desto besser kann der Film genau auf Ihre Botschaft zugeschnitten werden und entsprechende Wirkung erzielen. Soll ein bestimmtes Alleinstellungsmerkmal herausgestellt werden oder ein Versprechen an potentielle Kunden möglichst ehrlich beim Empfänger ankommen? Ihre Botschaft ist der Ausgangspunkt für unsere kreative Arbeit, deshalb empfehlen wir, sich hier schon im Vorfeld besonders genaue Gedanken zu machen.

### 5. Umsetzung

Hier geht es darum, wie wir Ihren Film umsetzen sollen. Sollen, können und wollen Mitarbeiter im Film mitwirken oder möchten Sie Schauspieler einsetzen? Sind Situationen aus dem Arbeits- und Produktionsumfeld für den Zuschauer spannend? Helfen Animationen, Zusammenhänge und Funktionsweisen zu verstehen? Soll ein Moderator Ihr Unternehmen oder Produkt vorstellen? Wären Interviews hilfreich? Soll eine bestimmte Geschichte erzählt werden? Oder haben Sie ganz andere Ideen?

### 6. Wettbewerb

Beschreiben Sie uns Ihre Position im Wettbewerb. Worin unterscheiden Sie und Ihre Produkte sich von der Konkurrenz? Welche Filme oder Websites Ihrer Mitbewerber kennt ihre Zielgruppe? Welche Ansprüche müssen wir bedienen, um aus dem Wettbewerbsumfeld hervorzustechen?

### 7. Look and Feel

Wie soll Ihr Film aussehen, welche Stimmung soll vermittelt werden? Am einfachsten ist es, Ihrem Briefing einfach ein paar Beispielvideos beizufügen, die Ihnen positiv aufgefallen sind und deren Stil Sie sich auch für Ihre eigenen Videos vorstellen können. Gefällt Ihnen eine bestimmte optische Umsetzung, gibt es bestimmte Formen und Farben, die Sie mit Ihrem Unternehmen oder Ihren Produkten verbinden? Vermittelt Ihnen eine bestimmte Art von Video ein gutes Gefühl, dass Sie sich auch für Ihre Filme wünschen? Es soll hier nicht darum gehen, fremde Ideen zu kopieren, sondern einen Stil zu finden, der zu Ihrem Unternehmen, zum Produkt und vor allem zu Ihren Vorstellungen passt.

### 8. Deadline

Wann soll Ihr Film fertig sein? Eine normale Filmproduktion beansprucht je nach Aufwand vom ersten Briefing bis zur finalen Abnahme üblicherweise etwa zwischen einem und drei Monaten Produktionszeit. Videos zu aktuellen Themen können aber auch schon innerhalb von 24 Stunden fertiggestellt sein. Kalkulieren Sie für Ihren Zeitplan auch ausreichent Zeit für eventuelle interne Abnahmeprozesse des fertigen Materials ein. Wer frühzeitig mit der Planung beginnt, ist auf der sicheren Seite und hat auch noch Spielraum für eventuelle Korrekturen, ohne in Zeitverzug zu geraten.

**9. Planen Sie die Distribution Ihres Videos!**

Ein wichtiger Faktor für eine erfolgreiche Unternehmenskommunikation ist die richtige Distribution ihres Videos auf den relevanten Kanälen. Neben einer strategischen Abstimmung mit den anderen Kommunikationsmaßnahmen des Unternehmens entscheidet eine frühzeitige Planung über den Erfolg Ihrer Kampagne. Wir beraten Sie gerne zur zielgerichteten Verbreitung Ihrer Videos, damit sie von Ihrer Zielgruppe gesehen werden und die gewünschte Aufmerksamkeit erhalten.

### 10. Budget

Kaum jemand redet gerne über Geld. Um ein passendes Filmkonzept zu entwickeln, ist aber zumindest ein grober Kostenrahmen wichtig, damit keine unnötigen Luftschlösser gebaut werden. Ihr Budgetrahmen ist unser Kompass, damit wir einschätzen können, welche Story mit welchen Mitteln realisiert werden kann. Um eher kleine Budgets zu schonen, kann der Produktionsaufwand verringert werden. Bei einem größeren Budget kann intensiver an Details gearbeitet, der Production Value erhöht und aufwendigere Technik und Animationen eingesetzt werden. Außerdem kann mehr langfristig verwendbares Rohmaterial hergestellt werden, dass dann späteren Produktionen zugutekommt. So ermöglicht ein höheres Budget auch, längerfristig angelegte Kampagnen schon beim ersten Dreh zu berücksichtigen und von Anfang an für einen einheitlichen Look und eine gleichbleibend hohe Qualität zu sorgen.

Wir freuen uns auf Ihr Feedback. Sollten Fragen zu den Punkten auftauchen sind wir per Telefon, E-Mail oder MS Teams zu erreichen: 0251-59 68 77 19 | info@piratelove.de

Die Piratelove Crew