

Der Chef im Regiestuhl

Selbst gemacht: Beim Experten-Dialog rät TV-Spezialist Matthias Rebel Unternehmern, die Produktion ihrer Firmenvideos lieber selbst in die Hand zu nehmen als Billiganbieter damit zu beauftragen.



Matthias Rebel will ambitionierte Hobbyfilmer auf Hochzeiten nicht abwerten. Wenn sich aber Unternehmen solcher Sparangebote bedienen, fällt sein Urteil gnadenlos aus. „Wer sich für 1000 Euro einen Film billig einkauft, der bekommt auch ein entsprechend billiges Ergebnis. Ich habe schon Diashows gesehen, die als Filme verkauft wurden“, sagt der Gründer und Inhaber der mediarebels tv produktion, zu Gast beim Experten-Dialog von Coach Communication Ende April. Sein Thema: „Einfach und neu - Unternehmen produzieren selbst ihre eigenen Unternehmensvideos“.

„Kein Medium kann anschaulicher und emotionalisierender Inhalte vermitteln wie das bewegte Bild“, ist sich Rebel sicher. Im Zweifel sei hier der selbst produzierte Film besser als ein in Auftrag gegebener Billigdreher. Besonders wenn es nur preiswert werden soll, kann der Schaden für die Marke auf Dauer größer

als der Nutzen sein. Der TV-Spezialist warnt: „Wenn auf diese Weise der Markenkern beschädigt wird, werden Grenzen des Verantwortbaren überschritten und Werte vernichtet.“ Über den Aufwand einer Produktion in Eigenregie sollte man sich jedoch nichts vormachen. „Denn über eines müssen wir uns klar sein: Eine anspruchsvolle Produktion kostet mehr als ein Hochzeitsfilm“, ergänzt der Experte.

Rebel, der seit über 20 Jahren TV-Produktionen, wie Beiträge für die Sendungen „Galileo“ oder „Willi will's wissen“, verantwortet, weiß: „Noch immer scheuen viele Unternehmen davor zurück, die Produktion eines Videos zu beauftragen, obwohl die Rolle von Bewegtbildern in der modernen Massenkommunikation und für Social-Media-Formate im Internet längst unumstritten ist.“ Der wichtigste Grund dafür sind die hohen Kosten. Doch er fügt an: „Es gibt durchaus gute Möglichkeiten, die Vorteile eigener Filme in der internen und externen Unternehmenskommunikation zu nutzen, ohne



sich eine aufwendige Produktion ins Haus holen zu müssen.“ Rebel führt als Beispiele Produktschulungen, Web-Tutorials und Veranstaltungsdokumentationen an.

Außerdem sei die Technik bezahlbar: Consumer-Systemkameras oder -Spiegelreflexkameras liefern gute Bildqualität. „Für einfache Produktionen vom Stativ ist das mehr als ausreichend“, sagt der Rebel. „Nur wer professionell mit bewegter Kamera arbei-

ten will, muss für Zubehör einiges auf den Tisch legen.“ Beim Ton lohne sich das, denn die Kamermikrofone seien oft nicht ausreichend. Für 200 bis 300 Euro seien gute Zweikanal-Rekorder erhältlich, auch iPhone-Apps würden weiterhelfen. „In der Summe kann man mit rund 1000 Euro dafür sorgen, dass der Dreh eigener Filme technisch sauber machbar wird. Allerdings gilt es, ein paar Regeln zu beachten, wenn Laien an die Kamera gehen.“ Dazu gehörten gleich bleibende Licht- und Tonsituationen und die Arbeit mit Stativ. Für alle, die das Filmschneiden scheuen, bietet Rebel ein Postproduktionspaket für einen professionellen Auftritt an.

Dass der Rat eines Profis dennoch hilfreich ist, bezweifelt Rebel nicht: Jedem stehe der Sinn nach Besserem. Spätestens bei der bewegten Kameraführung, beim Licht und beim redaktionellen Aufbau eines Beitrags unterschieden sich professionell produzierte Filme von selbst gedrehten wie Tag und Nacht. Hier beginne der Weg zum Dienstleister - und zum

höheren Budget. Wie das ausfallen muss? Auch dafür haben der Fachmann und sein Team schon ein nützliches Hilfsmittel entwickelt: www.filmplanner.com nennt die Elemente und die Kosten.

ULRICH PFAFFENBERGER

Vorschau auf den nächsten Termin:

9. Mai 2012

Affiliate Marketing – der neue Onlinetrend

Experte: Tibor Bauer, Geschäftsführer von Affilex Affiliate Marketing

Weitere Informationen zu den Veranstaltungen finden Sie auf www.experten-dialog.de

Anmeldung

Exklusiv für die Leser des Wirtschaftskuriers stehen pro Veranstaltung sechs Plätze zur Verfügung. Melden Sie sich kostenfrei an unter www.experten-dialog.de/wk

Firmenverzeichnis dieser Ausgabe



Ihr Vorschlag an: nominieren@dieselmedaille.de

Die Dieselmedaillen 2012 gehen an...

Das DIE verleiht am 30. November 2012 die Dieselmedaillen und Sie sind herzlich dazu aufgefordert, bis zum 13.05.2012 Nominierungsvorschläge abzugeben.



2b Ahead Think Tank	15	F		P	
A		Fraunhofer CBP	6	Paragon Partners	8
AAB Leasing	25	Fraunhofer IAP	6	Q	
aevotis	6	Fraunhofer ISI	9	QlikTech	14
Alphabet	21	Fürst Fugger Privatbank	29	R	
AppSense	15	G		Reflections Research & Consulting	13
B		GE Wind	17	S	
Ball Packaging Europe	10	Grenke Leasing	25	SHL Deutschland	14
BayernLB	23	Großkundenverband VIK	19	Symantec	15
Berenberg Bank	27	I		T	
BMW Group	20	ifo Institut	24	TiS Engineering Group	19
Bundesverband Deutscher Leasing-Unternehmen (BDL)	25	Infor	15	T-Systems Multimedia Solutions	14
C		Inter Versicherungsgruppe	9	V	
Cisco Deutschland	15	K		Virtual Solution	15
Coach Communication	26	Karl Otto Braun (KOB)	19	U	
Commerzbank	27	L		USG People Germany	16
D		Luther Polley	13	W	
Deutsche Leasing	25	M		Walser Privatbank	28
Drozak Consulting	8	mediarebels tv productions	26	Webasto	8
E		N		Weiss IT Solutions	15
Ellwanger & Geiger	30	National-Bank	30	WestLB-Stiftung	9
Epson	18			Z	
Europäischer Branchenverband	6			Zukunftsinstitut	12
Plastics-Europe	6			Zwiesel Kristallglas	7
Experten-Dialog	26				



Herausgeber: WIKU Verlagsgesellschaft mbH
Redaktion: Parking 4, 85748 Garching bei München
 Telefon: (0 89) 63 89 81-0
 Fax: (0 89) 63 89 81-20
Chefredakteurin: Elwine Happ-Frank (hp, verantwortlich), elwine.happ-frank@wirtschaftskurier.de
Chef vom Dienst: Constanze Meindl (cm, constanze.meindl@wirtschaftskurier.de)
Mitarbeiter der Redaktion:
 Jörg Billina (jb, Spezialthemen) · Rainer Bonhorst (rb, Ausland) · Dr. Rainer Burkhardt (bur, Innovationen) · Dieter W. Heumann (heu, Finanzen) · Norbert Hofmann (nh, Mittelstand) ·

Monika Lier (ml, Assekuranz) · Dr. Hans-Dieter Radecke (hdr, Innovationen) · Gerhard Weisse (wei, Berlin) · Klaus G. Wertel (kw, Baden-Württemberg)
Anzeigenleitung: Wolfgang Hansel
 Telefon: (0 89) 63 89 81-54 (wolfgang.hansel@wirtschaftskurier.de)
 Anzeigen gemäß Preisliste Nr. 30
Sitz des Verlages: Curt-Frenzel-Str. 2, 86167 Augsburg
Geschäftsführer: Renate Dempfle, Andres Santiago
 Ein Unternehmen der Mediengruppe Presse Druck, Augsburg, www.mediengruppe-pd.com

Verlagsleitung: Simone Fiedler
 Telefon: (0 89) 63 89 81-52 (simone.fiedler@wirtschaftskurier.de)
Erscheinungsweise: 11 x pro Jahr · Bezugszeit jährlich · Bezugspreis 27,50 Euro (inkl. MwSt. und Inlands-Zustellgebühr)
Bankverbindung: Commerzbank Augsburg · Konto-Nr. 0110040300 · BLZ 720 800 01
Druck: Presse-Druck- und Verlags-GmbH Medienzentrum Augsburg, 86167 Augsburg, Curt-Frenzel-Straße 2
Leserservice: (von 9.00 bis 16.00 Uhr):
 Telefon: (0 1803) 55 10 05 11 (9 ct. pro Minute aus dem dt. Festnetz) (leserservice@wirtschaftskurier.de)

Die Dieselmedaille wurde 1952 ins Leben gerufen. Seitdem gilt sie als höchste Auszeichnung für Erfinder, die mit ihrem Erfolg zum Wohle unserer Gesellschaft beigetragen haben. Die lange Liste prominenter Medaillenträger unterstreicht die hohe Bedeutung der geistigen Schöpfung und des unternehmerischen Erfolgs für unsere Wirtschaft. Berühmte Preissträger sind unter anderem Wernher von Braun, Gottlob Bauknecht, Hans Viessmann, Arthur Fischer, Anton Kathrein, Sybill Storz, Walter Sennheiser, die Nobelpreissträger Hermann Staudinger, Jan Enders, Ernst Ruska und Manfred Eigen, sowie die SAP-Gründer Dietmar Hopp, Prof. Dr. h.c. Hasso Plattner und Dr. h.c. Klaus E. Tschira.

www.dieselmedaille.de

Impressum

