



# Corporate Film Reloaded

Unternehmenskommunikation  
mit dem bewegten Bild

Felix Courvoisier, Produzent, Condor

ZPRG Abendveranstaltung  
Donnerstag, 11. September 2003



**einleitung**

**eigenschaften**

**wahrnehmung**

**anwendungen**

**prozesse**

**kosten**

**erfolgsfaktoren**

## Überblick

- Einleitung
- Eigenschaften des bewegten Bildes
- Wahrnehmung des bewegten Bildes
- Anwendungen des bewegten Bildes in der Unternehmenskommunikation
- Prozesse
- Kosten
- Erfolgsfaktoren



einleitung

eigenschaften

wahrnehmung

anwendungen

prozesse

kosten

erfolgsfaktoren

# Unternehmenskommunikation

## Kommunikationsziele und -strategie

|   |  |  |  |   |                            |                 |
|---|--|--|--|---|----------------------------|-----------------|
| <b>Kunden</b>   | <b>Aktionäre;<br/>Financial<br/>Community</b>  | <b>Mitarbeiter</b>   | <b>Medien</b>  | <b>Öffentlich-<br/>keit</b>   | <b>Opinion<br/>Leaders</b> | <b>Behörden</b> |
| <b>Externe<br/>Kommunikation</b><br>Media Relations,<br>Investor Relations,<br>Corp. Publishing,<br>Online<br>Communications,<br>Sponsoring, etc. | <b>Interne<br/>Kommunikation</b><br>Employee<br>communications,<br>management<br>communications,<br>Identity / culture /<br>values, change<br>management, etc. | <b>Krisen-<br/>Kommunikation</b><br>Planning, Training,<br>Monitoring, Ad-hoc-<br>Measures, etc. | <b>Marketing<br/>Kommunikation</b><br>Advertising, Product<br>PR, Direct Marketing,<br>Fairs, Event Marketing,<br>Dealer<br>Communications, etc. | <b>Brand<br/>Management</b><br>Monitoring, Brand<br>development, Brand<br>positioning, etc. |                            |                 |

### Film/Video

|                         |                         |                          |
|-------------------------|-------------------------|--------------------------|
| <b>Unternehmensfilm</b> | <b>TV Spots</b>         | <b>Brand values film</b> |
| <b>EPK</b>              | <b>Einfühg. neue MA</b> | <b>Produktfilme</b>      |
| <b>Themen Launches</b>  |                         |                          |

### Corporate TV Video Magazine

|                           |                     |                   |
|---------------------------|---------------------|-------------------|
| <b>Analysten Webcasts</b> | <b>Corporate TV</b> | <b>Händler TV</b> |
| <b>Video-Magazine</b>     |                     |                   |
| <b>Themen-Magazine</b>    |                     |                   |

### Multimedia Offline/Online

|                             |                 |                         |                             |
|-----------------------------|-----------------|-------------------------|-----------------------------|
| <b>Corp. Präsentationen</b> | <b>Webcasts</b> | <b>Webcasts</b>         | <b>Corp. Präsentationen</b> |
| <b>Themen-bezogene MM</b>   |                 | <b>Produkt Präsent.</b> |                             |



**einleitung**

**eigenschaften**

**wahrnehmung**

**anwendungen**

**prozesse**

**kosten**

**erfolgsfaktoren**

## Das bewegte Bild

Das bewegte Bild – in Form von Video, Film, Unternehmensfernsehen oder als Teil des Web-Auftrittes, etc. – ist ein Mittel im Medienmix zur Umsetzung der Kommunikationsstrategie und bietet einige einzigartige Eigenschaften.



einleitung

**eigenschaften**

wahrnehmung

anwendungen

prozesse

kosten

erfolgsfaktoren

## Eigenschaften des bewegten Bildes

Relevante Eigenschaften für die Unternehmenskommunikation:

- Authentizität
- Möglichkeit, Geschichten zu erzählen
- Zwang zur Fokussierung auf Kernbotschaften
- Wahrnehmung auf rationaler und emotionaler Ebene
- Ganzheitliche Ansprache der wichtigsten Sinne
- Hohe Aufmerksamkeit
- Unterhaltungswert
- Hoher Erinnerungswert
- Exklusivität - 'The medium is the message'



einleitung

**eigenschaften**

wahrnehmung

anwendungen

prozesse

kosten

erfolgsfaktoren

## Eigenschaften des bewegten Bildes

Relevante Eigenschaften für die Unternehmenskommunikation im Live-Einsatz:

- Synchron – gleichzeitige Ansprache der Zielgruppen
- Hierarchie-übergreifend
- Interaktiv
- Ereignisnähe – ‚Gefühl des Live-Dabeiseins‘
- Schnell



einleitung

eigenschaften

wahrnehmung

anwendungen

prozesse

kosten

erfolgsfaktoren

## Wahrnehmung

Das heutige Umfeld der Kommunikation:

- Informationsüberflutung
- Vielfalt an verfügbaren Medien
- Kampf um Aufmerksamkeit



einleitung

eigenschaften

wahrnehmung

anwendungen

prozesse

kosten

erfolgsfaktoren

## Wahrnehmung

Die Situation, in der das bewegte Bild wahrgenommen wird, ist für dessen Gestaltung relevant.

- Veranstaltungen
- Sitzungen / Präsentationen
- Walk-By, z.B. Eingangsbereich
- Arbeitsplatz
- Privat



### Technische Geräte

- Fernseher
- Video-Projektor
- PC-Bildschirm
- In Zukunft mobile Geräte





einleitung

eigenschaften

wahrnehmung

**anwendungen**

prozesse

kosten

erfolgsfaktoren

## Anwendungen: Externe Kommunikation

### Corporate Film



#### V-ZUG: The Winning Team

Klassischer Unternehmensfilm

Einsatz: Hauptsitz, Aussendienst



#### Paul Scherrer Institut: The Journey

3D-Animationsfilm

Einsatz: PSI, Villigen

### Medienarbeit



#### SBB: RailLink

Kurzspielfilm

Einsatz: an Product Launch Pressekonferenz



#### Swiss: Brand Launch

Pressekonferenz-Live-Übertragung

Einsatz: via Internet für Medien & Mitarbeitende

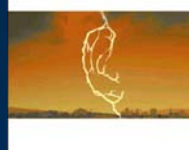
### Promotion Produkt-Info



#### Baselworld 03/04

Promotion für Uhren- und Schmuckmesse

Einsatz: CD-Rom in 115'000facher Auflage



#### Phonak: Claro listens

Produktfilm

Einsatz: Bestellbar via Inserate (Coupons)



einleitung

eigenschaften

wahrnehmung

**anwendungen**

prozesse

kosten

erfolgsfaktoren

## Anwendungen: Interne Kommunikation

Die generischen Anforderungen:

- Offen, ehrlich
- Rechtzeitig
- Verständlich, nachvollziehbar
- Dialog-orientiert, interaktiv

Ziele:

- Information
- Motivation
- Sensibilisierung / Stimulation / Provokation
- Unterhaltung / Stimmung schaffen



einleitung

eigenschaften

wahrnehmung

**anwendungen**

prozesse

kosten

erfolgsfaktoren

## Anwendungen: Interne Kommunikation

### Werte



#### ABB: Werte

10 Clips für die Lancierung des Themas, erster Teil eines Gesamtkonzeptes  
Einsatz: Video-Towers in Eingangsbereichen, Workshops

### Wandel



#### SaurerGroup: Tempus

Sensibilisierung und Information  
Einsatz: Clip zur Eröffnung Mgt-Event, CD-Rom für die Kaskadenkommunikation

### Compliance



#### Swiss Re: Group Code of Conduct

Sensibilisierung und Information  
Einsatz: CD-Rom, Online, Verwendung einzelner Clips im Business TV und an Veranstaltungen



einleitung

eigenschaften

wahrnehmung

**anwendungen**

prozesse

kosten

erfolgsfaktoren

## Anwendungen: Interne Kommunikation

### Strategie



#### Roche Diagnostics: Strategic Vision Process

Interne Strategiekommunikation

Einsatz: CD-Rom, Online-Umsetzung

### Leitbild



#### Swiss Re: Corporate Philosophy

Sensibilisierung – eine Entdeckungsreise

Einsatz: CD-Rom, online auf Business TV Kanal



einleitung

eigenschaften

wahrnehmung

**anwendungen**

prozesse

kosten

erfolgsfaktoren

## Anwendungen: Interne Kommunikation

### Periodika



#### Swiss Re Business TV

Interne Kommunikation relevanter Themen  
IdR. Talk-Sendungen, teils interaktiv  
Einsatz: Online live / on-demand



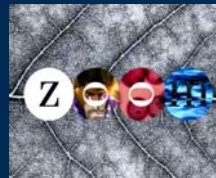
Crisis: 9/11



New CEO



Top Mgt. Disc.



#### Zurich Financial Services

Zoom Videomagazin – vorproduziert / live  
Einsatz: VHS, Vorführungen, teils live



CD-Rom Periodika für die interne Kommunikation  
von gruppenweiten Schwerpunktthemen  
Einsatz: Beilage Mitarbeiter-Magazin



Von Hüppi zu Schiro



einleitung

eigenschaften

wahrnehmung

**anwendungen**

prozesse

kosten

erfolgsfaktoren

## Anwendungen: Distributionsmedien



### Kassetten (VHS)

Weit verbreitete Abspielmedien, verliert aber an Bedeutung, qualitativ eher schwach.  
Für EPKs Beta SP oder Digital Beta.



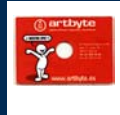
### DVD-Video / DVD-Rom

Video in Broadcast-Qualität für Präsentationen, gut geeignet für  
'Endlos-Einsatz', Menusteuerung mit Zusatzinformationen.



### CD-Rom

Geeignet als int./ext. Give-away sowie als Beilage zu Print, sehr günstig (Kopien & Versand).



### Mini-CD-Rom

Geeignet als int./ext. Give-Away sowie als Beilage zu Print.



### Satellit

Geeignet für High-End-Live-Übertragungen. Teuer.



### Internet / Intranet

Live / On-demand. Bandbreiten noch beschränkt, 'Konsum' am Arbeitsplatz teils nachteilig.



### Powerpoint

Einbau von Videofiles in Präsentation, abspielbar ab Laptop, einfach adaptierbar.



einleitung

eigenschaften

wahrnehmung

anwendungen

prozesse

kosten

erfolgsfaktoren

# Prozesse

## Basis

Kommunikationsstrategie  
(Ziele, Massnahmen, Mittel)

## Entwicklung

Konzept

Konzeptabnahme

## Writing

Treatment

Drehbuch /  
Storyboard

Drehbuchabnahme

## Produktion

Vorproduktion

Shooting

Post  
Production

Sound Post  
Production

Abschluss-  
arbeiten

Bildschnitt-  
abnahme

Endabnahme

## Einsatz

Erwünschte  
Wirkung





# Prozesse: Konzeptentwicklung

**Konzept**

- einleitung
- eigenschaften
- wahrnehmung
- anwendungen
- prozesse**
- kosten
- erfolgsfaktoren

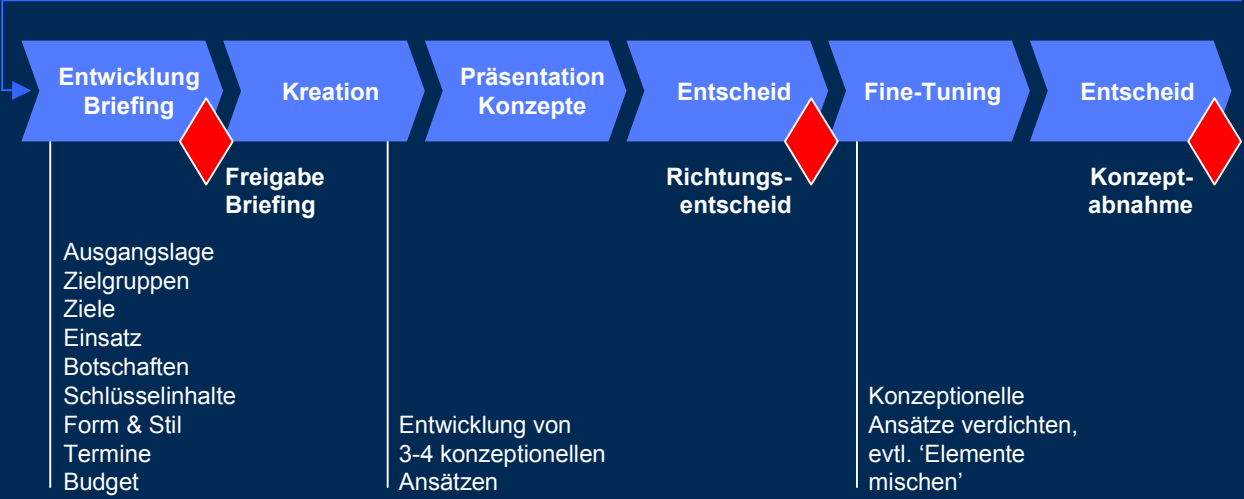
**A**

## Corporate Vision Vorprojekt

Systematisches Vorgehen zur Bestimmung des richtigen audiovisuellen Ausdrucks eines Unternehmens.

- 1** Planung des Vorprojektes aufgrund Desk Research und Vorgespräch  
  
Bestimmung Interviewpartner (extern/intern)
- 2** Persönliche Interviews mit geschlossenen und offenen Fragen u.a. betreffend  
- Identität (Ist/Soll)  
- Soll-Inhalt  
- Form und Stil
- 3** Präsentation:  
- Resultate  
- Briefing

**B**





einleitung

eigenschaften

wahrnehmung

anwendungen

prozesse

**kosten**

erfolgsfaktoren

## Kosten

### Benchmarks

|  |          |              |
|--|----------|--------------|
| Corporate Film                                     | High-end | kCHF 250-500 |
| Corporate Film                                     | Mid      | kCHF 100-250 |
| Produkt Film                                       |          | kCHF 30-120  |
| Multimedia CD-Rom                                  |          | kCHF 80-300  |
| Corporate TV Live Programm<br>(exkl. Distribution) |          | kCHF 80-150  |
| Web-Info-Clip                                      |          | kCHF 5-20    |



einleitung

eigenschaften

wahrnehmung

anwendungen

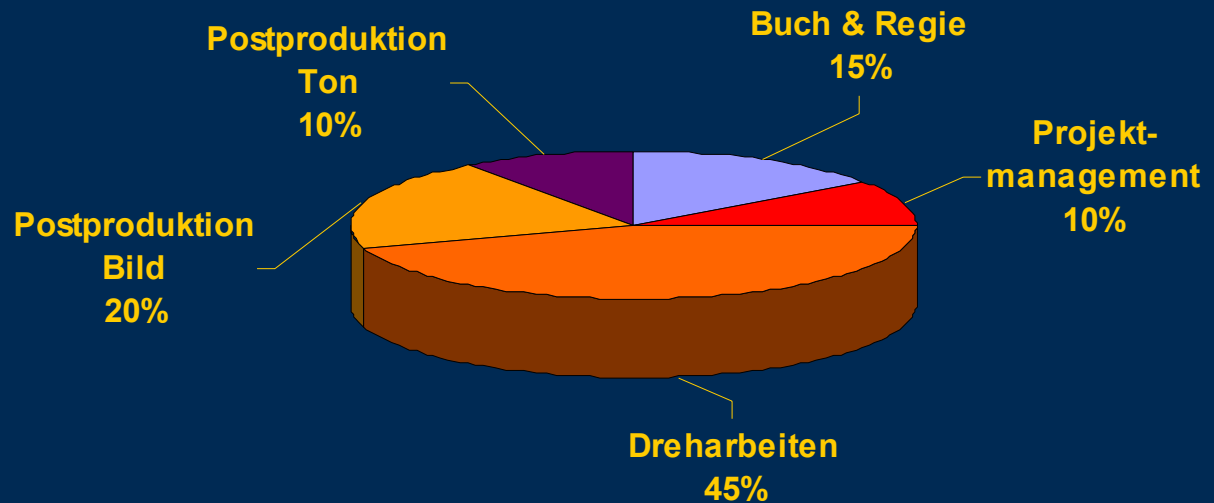
prozesse

**kosten**

erfolgsfaktoren

## Kosten

Kosten-Split eines typischen Corporate Film Projektes





einleitung

eigenschaften

wahrnehmung

anwendungen

prozesse

kosten

**erfolgsfaktoren**

## Erfolgsfaktoren...

...für das bewegte Bild in der Unternehmenskommunikation:

- Einbettung in die Kommunikationsstrategie
- Konsequente Orientierung am Wirkungsziel
- Integration von Absender- wie Empfängerbedürfnissen
- Bewusstes Nutzen der Stärken des bewegten Bildes
- Akzeptanz sicherstellen, insbesondere des Top Managements
- Professionelle Konzeption und Gestaltung: ‚You only have one chance to make a first impression‘
- Professionelle Prozesse



**Danke**

---

[www.condor-communications.com](http://www.condor-communications.com)