

STORYTELLING

CHECKLISTE FÜR CORPORATE FILME

1

EIGNUNG ALS STORY

Eine Story ist dynamisch. Sie zeigt immer eine Entwicklung (vorher / nachher). Situation, umgekehrt, sind ein statischer Ist-Zustand.

2

BRÜCKENSCHLAG

Eine gute Geschichte ist immer mit der Lebensrealität der Zielgruppe verknüpft und schafft damit Identifikationsfläche.

3

KONDITIONIERUNG

Wer ein Corporate Video ansieht, besitzt eine gewisse Vorstellung, was kommt. Mit dieser Vorstellung gilt es umzugehen.

4

HANDWERK

Videos dürfen künstlerisches Potenzial haben. Doch dafür ist erst Raum, wenn das Handwerk zu 100 % beherrscht wird.

5

ORIGINALTON

Kommentar aus dem Off bedeutet Verzicht auf Authentizität und Emotionen – und erschwert das Storytelling massgeblich.

6

FILMLÄNGE

Wer ein Corporate Video ansieht, besitzt eine gewisse Erwartungshaltung. Mit dieser Vorstellung gilt es geschickt umzugehen.

7

LAIEN-DARSTELLER

Menschen in Corporate Videos dürfen als Statisten sich selbst sein – nie aber eine Rolle spielen müssen.

8

MUSIK & GERÄUSCHE

Die musikalische Kulisse, Sound Design und Musik, sind wesentlicher Teil der Dramaturgie beim Storytelling.