



MEDIENPRODUKTION MIT PLAN

WWW.WIRKLICHTOLLESEITE.DE
EIN LEITFADEN FÜR ERFOLGREICHES
DIGITAL-MARKETING OHNE BUDGETÜBERRASCHUNGEN

INHALTE



03

EINLEITUNG

04

BUDGET SICHER IM GRIFF

05

KI IM RAMPENLICHT: HYPE
ODER ECHTER MEHRWERT?

06

STRATEGISCHES DENKEN:
MEHR AUS IHREM MATERIAL
HERAUSHOLEN

08

3D-MODELLE UND
DATENQUALITÄT

09

ALLES UNTER EINEM DACH

10

REFERENZEN: VERTRAUEN IST
GUT, KONTROLLE IST BESSER

11

FAZIT

EINLEITUNG

Als Marketingverantwortliche*r wissen Sie: Ein guter Film lässt Ihre Marke glänzen, ein starker Social-Media-Auftritt zieht die Aufmerksamkeit auf sich, und VR sowie AR schaffen Erlebnisse, die Ihre Kunden so schnell nicht vergessen. Aber Hand aufs Herz: Wie oft sind Sie schon in einer Sackgasse gelandet? Sie träumen von einem großartigen Imagefilm – und bekommen ein langweiliges Video mit austauschbaren Szenen, das niemanden vom Hocker reißt. Oder der Social-Media-Content, der eigentlich monatelang performen sollte, ist nach zwei Wochen so ausgelutscht wie ein alter Kaugummi. Wir kennen das Dilemma zwischen hohen Erwartungen und ernüchternder Realität. Genau deshalb haben wir diesen Leitfaden zusammengestellt. Er soll Ihnen helfen, die typischen Stolperfallen zu umgehen – damit Ihre Medienprojekte nicht nur das Ziel treffen, sondern auch ins Schwarze.





BUDGET SICHER IM GRIFF

DER WEG VON DER IDEE ZUM KONZEPT

Wir alle wollen Budgets einhalten – klingt einfach, ist aber oft so knifflig wie ein Rubik's Cube im Dunkeln. Unser Geheimtipp? Investieren Sie zu Beginn einen kleineren Betrag in ein Exposé. So sehen Sie schwarz auf weiß, was die Agentur drauf hat, und die Kreativität bleibt nicht nur ein leeres Versprechen. Schließlich kauft niemand gern die Katze im Sack – außer vielleicht Katzenliebhaber mit zu viel Zeit.

Mit einem Exposé können Sie den Ansatz der Agentur nachvollziehen, bevor die großen Rechnungen eintrudeln. So stellen Sie sicher, dass Ihre Vision nicht in einem künstlerischen Fiasko endet. Und das Beste daran? Dieses Vorgehen funktioniert immer gleich, ob Sie nun einen Imagefilm, einen digitalen Showroom oder eine VR-Anwendung planen. Ein Exposé ist Ihr Sicherheitsnetz in der wilden Welt der Medienproduktion. Ideen werden grief- und kalkulierbar – Transparenz von Anfang an. So sparen Sie sich später die unangenehmen Überraschungen, die sich meistens am Monatsende bemerkbar machen.



KI IM RAMPENLICHT, HYPE ODER ECHTER MEHRWERT?

Künstliche Intelligenz – das Buzzword des Jahrzehnts! Doch der Wow-Effekt einer KI-generierten Animation ist oft so flüchtig wie ein Instagram-Filter. Besonders in den sozialen Medien verpufft der Hype schneller, als Sie "Algorithmus" sagen können. Statt auf das nächste shiny Gadget zu setzen, empfehlen wir eine strategische Integration von KI, die langfristig Früchte trägt. Zum Beispiel kann KI prima dabei helfen, Content effizienter zu verwalten – wie ein fleißiger Praktikant, nur ohne Kaffeepausen. Filme erweitern, um 9:16 auszuspielen, obwohl anfangs in 16:9 gedreht wurde? Älteres Material wieder nutzen, weil es in neuem, hochauflösendem Glanz erscheint? Ja, das geht.

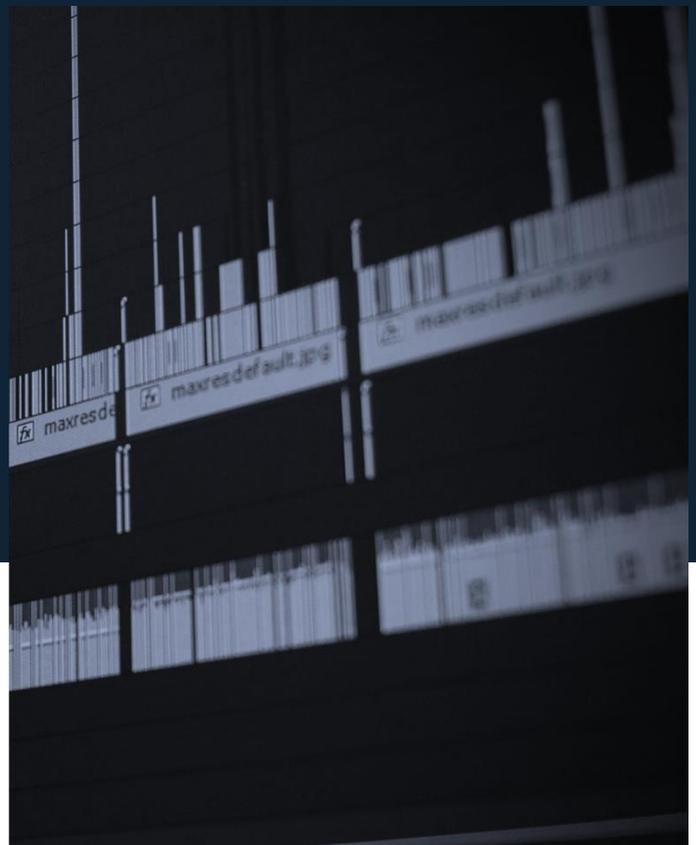
Wenn es aber um hochwertige Produktfilme geht, stößt die KI (noch) an ihre Grenzen. Die Konsistenz und Detailtreue, die hier gefragt sind, kann die KI oft nicht liefern. Aber keine Sorge, in bestimmten Bereichen glänzt sie bereits wie ein frisch polierter Pokal. Beispielsweise bei Voice Overs in verschiedenen Sprachen liefert die KI erstaunlich gute Ergebnisse. So können Sie internationale Produktionen schneller und Kosten-günstiger umsetzen, ohne dass es sich anhört wie aus dem Google Translator. Das spart nicht nur Zeit und Geld, sondern schont auch die Nerven. Nutzen Sie KI als strategisches Tool, nicht als alleinigen Heilsbringer – dann sparen Sie nicht nur Budget, sondern bewahren auch die Seele Ihres Projekts.

STRATEGISCHES DENKEN

MEHR AUS IHREM MATERIAL HERAUSHOLEN

Wer glaubt, dass ein guter Imagefilm nur ein einziges Mal nützlich ist, hat die Möglichkeiten von Medienproduktion noch nicht ausgeschöpft. Ein Hauptfilm ist wie ein All-you-can-eat-Buffer – Sie schneiden es auf, und plötzlich haben Sie Häppchen für alle Plattformen. 3D-Modelle, die für ein AR-Projekt erstellt wurden, lassen sich genauso gut im Imagefilm wiederverwenden. Planen Sie also mit einem strategischen Auge und schauen Sie, wo Sie Inhalte klug weiterverwerten können. Das Ergebnis? Mehr Wert für weniger Geld, und Ihre Zielgruppe staunt, wie allgegenwärtig Ihre Marke plötzlich ist.

Wenn Sie schon in der Planungsphase überlegen, wie Sie Ihr Material mehrfach verwerten können, wird Ihr Budget zum wahren Multitalent. So holen Sie nicht nur mehr raus, sondern beeindrucken auch die letzten Zweifler Ihrer Marketing-Kampagnen. Und wer weiß, vielleicht springt ja ein extra Lob vom Chef dabei raus.



WIE EIN PLANETENSYSTEM

DER STRATEGISCHE EINSATZ VON DIGITALEN MEDIEN

Ein Sonnensystem: Ein einmaliger Schuss ins Dunkle bringt selten Licht ins Marketingdickicht. Hier kommt die Strategie ins Spiel – ein ganzheitlicher Ansatz, der verschiedene Medienformate zu einem stimmigen Gesamterlebnis verknüpft. Stellen Sie sich vor, Sie produzieren einen hochwertigen Produktfilm, der langfristig eingesetzt werden kann. Doch warum dort aufhören?

Begleitend können Sie Erklärfilme erstellen, die spezifische Funktionen Ihres Produkts ausführlicher beleuchten. Einzelne Features aus dem Hauptfilm lassen sich in Kurzvideos tiefergehend erklären.

Denken Sie bei der Produktion bereits an verschiedene Formate: Ein 16:9-Bild ist gut, aber in Zeiten von Instagram Stories und TikTok muss Ihr Content auch im 9:16-Format glänzen. So erreichen Sie Ihre Zielgruppe auf allen Kanälen.

Die sozialen Medien gewinnen immer mehr an Bedeutung. Mit kleineren Clips können Sie dort effektiv Aufmerksamkeit erregen – auch wenn diese schneller verblassen, zählt hier die höhere Schlagzahl. Das Zusammenspiel aus langlebigen Inhalten und schnellen Impulsen sorgt dafür, dass Ihre Marke nachhaltig im Gedächtnis bleibt. Alle Teile zusammen ergeben ein rundes, ganzheitliches Erlebnis, das Ihre Botschaft verstärkt.

1

Hauptfilm

Grundlage für weitere Formate

2

Social-Media-Snippets

Kurze Clips aus dem Hauptmaterial

3

3D-Modelle

Vielseitig einsetzbar in verschiedenen Medien

4

Budget-optimierung

Effiziente Nutzung der Ressourcen

3D-MODELLE UND DATENQUALITÄT

SO ZÜNDEN SIE DEN TURBO FÜR IHR PROJEKT

Die Qualität Ihrer 3D-Modelle ist wie das Fundament eines Hauses: Wenn es wackelt, stürzt alles ein. Egal ob in Filmen, VR, AR oder digitalen Showrooms – ohne solide 3D-Modelle geht nichts. Aber es geht nicht nur darum, dass alles hübsch aussieht. Auch die Effizienz im Produktionsprozess spielt eine große Rolle. Eine erfahrene Agentur weiß genau, welche Datenqualität nötig ist, um die Rechenzeit nicht unnötig in die Höhe zu treiben und die passenden Modelle für verschiedene Formate und Auflösungen zu erstellen. So sehen Ihre Modelle nicht nur zum Anbeißen aus, sondern sind auch technisch auf Zack. Das spart Zeit, Geld und sorgt dafür, dass Ihre Projekte über alle Formate hinweg glänzen wie ein Diamant im Scheinwerferlicht.

Angeliefertes Material:



Finaler Export:



ALLES UNTER EINEM DACH

FLEXIBILITÄT DANK EIGENER EXPERTEN



Sie kennen das Spiel: Der Produktfilm ist fertig, alles läuft prima, und dann – zack – sechs Monate später steht ein Update an. Blöd nur, wenn die Agentur inzwischen das halbe Team ausgelagert hat und der zuständige Freelancer gerade in Bali surft. Eine Agentur, die alles inhouse macht – von der Postproduktion über die Programmierung bis zur Nachbearbeitung – bietet maximale Flexibilität. Für Sie bedeutet das: mehr Kontrolle, weniger Abhängigkeit und keine lästigen Wartezeiten, weil jemand gerade nicht ans Telefon geht. So bleiben Sie am Steuer und können spontan auf neue Anforderungen reagieren, ohne ins Schleudern zu geraten.



Inhouse-Expertise



Flexibilität



Kontrolle



REFERENZEN

VERTRAUEN IST GUT, KONTROLLE IST BESSER

Referenzen mögen langweilig klingen, aber sie sind Gold wert. Nehmen Sie sich die Zeit, die bisherigen Projekte der Agentur unter die Lupe zu nehmen. Fragen Sie nach konkreten Fallbeispielen, die den Stil und die Kompetenz der Agentur zeigen.

Verlassen Sie sich nicht nur auf schicke Showreels – die können manchmal mehr verschleiern als offenbaren. Was bei einem Projekt funktioniert hat, muss nicht unbedingt für Ihres passen. Stellen Sie sicher, dass die Agentur Ihre Branche versteht und Erfahrung mit Ihren spezifischen Anforderungen hat. Denn niemand möchte am Ende mit einem Produkt dastehen, das so passt wie ein Anzug von der Stange, der zwei Nummern zu groß ist.



FAZIT

KOMPETENZ UND FLEXIBILITÄT SIND DAS A & O.

Wir hoffen, dass Ihnen dieser Leitfaden ein paar nützliche Anstöße gegeben hat, wie Sie Ihr nächstes Medienprojekt zum Erfolg führen – ohne böse Überraschungen und mit einem Lächeln im Gesicht. Denken Sie strategisch, planen Sie nachhaltig und wählen Sie eine Agentur, die nicht nur kreative Luftschlösser baut, sondern auch weiß, wie man sie Realität werden lässt. So vermeiden Sie Enttäuschungen und stellen sicher, dass Ihr Film, Ihre VR-Anwendung oder Ihr Social-Media-Auftritt nicht nur Erwartungen erfüllt, sondern sie übertrifft. Denn am Ende des Tages zählt, dass Ihre Projekte rocken – und das ohne Budget-Schock.

P.S.: LASSEN SIE UNS INS GESPRÄCH KOMMEN

Warum reden wir nicht einfach mal miteinander? Wir haben vielleicht nicht die Katze im Sack, aber dafür einen ganzen Zoo voller Ideen, die Sie begeistern könnten. In einem unverbindlichen 30-minütigen Online-Meeting zeigen wir Ihnen, wie wir KI einsetzen und welche beeindruckenden Möglichkeiten es im Marketing und in der Werbung gibt. Wer weiß, vielleicht ist das der Beginn einer wunderbaren Zusammenarbeit!

INTERVIDEO

SPRECHEN SIE UNS AN!

Gleich ob es um ein konkretes Angebot geht oder ob Sie allgemeine Fragen zu Anwendungsbereichen digitaler Medien haben, ob Sie einen schillernden Produkt-Launch planen oder ob Sie nach der richtigen Videomarketing-Strategie für die sozialen Medien suchen: Rufen Sie uns an, schreiben Sie uns oder vereinbaren Sie einen Termin – wir freuen uns!

So geht es am schnellsten:



+49 6131 2508327



anfrage@intervideo.de

Intervideo Filmproduktion GmbH
Rheinstraße 4b
55116 Mainz

Projektbüro München
Josephspitalstraße 15
80331 München

