



MORPHIUM

MORPHIUM FILM |
EVENTFILM

KONTAKT

Morphium Film GbR
Auerstr. 40
10249 Berlin

pool@morphium-film.de

030 | 49855366

0176 | 23936477



Es ist heutzutage unausweichlich, Ihr Unternehmen oder Ihre Marke beständig in den sozialen Netzwerken in Erinnerung zu rufen.

Mit kurzen Filmen Ihrer Events, Präsentationen oder Messeauftritten können Sie stets für neuen Content sorgen, den die Nutzer gern teilen.

Wir haben Erfahrung mit allen Arten von Eventfilmen und allen möglichen Zeitrahmen. Auch eine Fertigstellung am Morgen nach dem Event stellt kein Problem dar.



Um Ihnen eine kleine Hilfestellung und erste Orientierung bei Ihrem Filmprojekt zu geben, haben wir für Sie einen kleinen Überblick zusammengestellt, wie wir Ihr Vorhaben umsetzen.

Scrollen Sie runter oder klicken Sie auf die Kategorie!

[ARTEN VON EVENTFILMEN](#) 

[USE CASES](#) 

[PREISGESTALTUNG](#) 

ARTEN VON EVENTFILMEN

Viele Unternehmen wenden sich an Soloselbständige und Videografen, um sich einen Eventfilm erstellen zu lassen. Klar, das ist günstiger und es geht ja eh nur darum, ein paar lachende Gesichter auf dem Event zu zeigen. Aber stimmt das?

Letztlich geht es bei Eventfilmen oder After Show Movies ja nicht darum, sich selbst auf die Schulter zu klopfen. Sie wollen Ihre Marke kommunizieren. Und das kann schnell in den Hintergrund rücken, wenn das Konzept und der Dreh nicht genug durchdacht sind.

Umso wichtiger, die Art des Films auf das Event anzupassen – und dann darüber hinaus zu denken. Manchmal braucht es nur ein paar stimmungsvolle Impressionen, gerade bei Tagungen und Kongressen aber können Sie auch über Inhalte punkten. Nehmen Sie Ihr Zielpublikum stets als interessiert wahr und gestalten Sie Ihre Filme entsprechend.

KONGRESSE UND TAGUNGEN

Gerade bei größeren Konferenzen werden Sie bemüht sein, auch im nächsten Jahr wieder gute Teilnehmer*innen und Speaker zu finden. Die interessiert aber neben der guten Atmosphäre vor allem Inhaltliches. Vermitteln Sie Ihren Zuschauer*innen also, was Ihnen in Vorträgen und Workshops geboten wird.



Kurze Statements von Teilnehmer*innen oder Speakern, gesetzte Interviews mit dem Veranstaltungsteam, oder direkte Auszüge aus Vorträgen. Meist reichen ein paar Worte, um einen guten Eindruck zu vermitteln.

Bei all dem darf Stimmung natürlich nicht zu kurz kommen.



MESSE-DOKUS

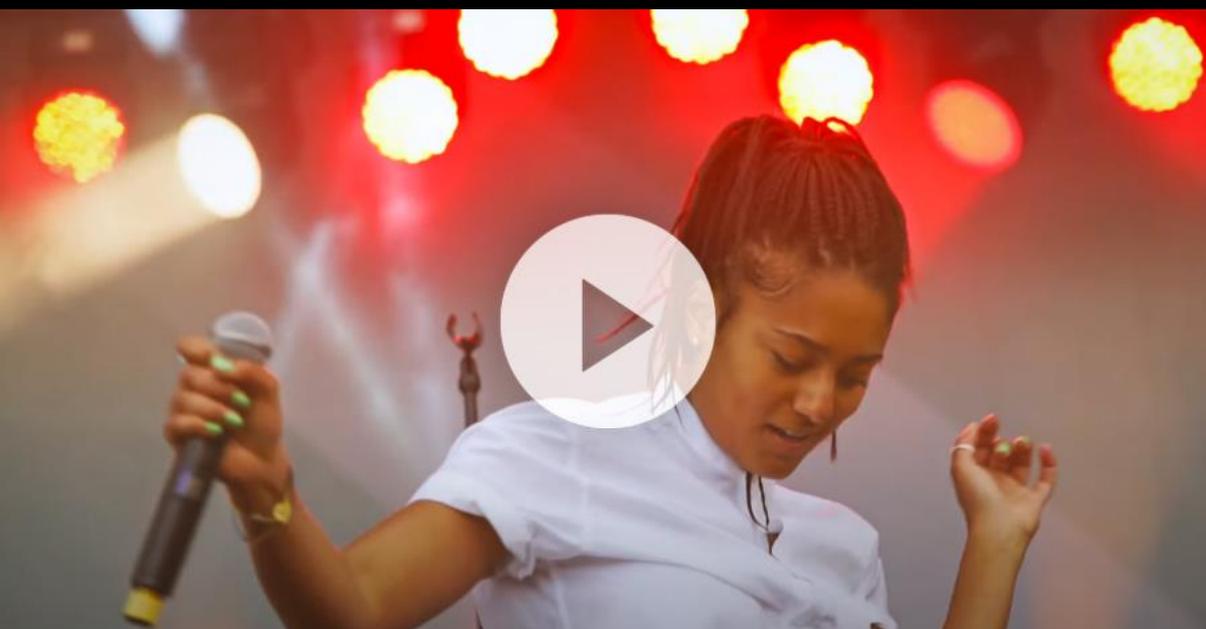
Auch bei Messedokumenten ist es immer entscheidend zu fragen, was Sie mit dem Film bezwecken wollen.

Auf der Messe selbst wollen Sie Ihre Kund*innen vor allem informieren. Nutzen Sie doch Ihren Messedokument für das gleiche mit denen zu tun, die es nicht zum Veranstaltungsort geschafft haben. Wichtiger als das Umfeld der Messe sind Ihre präsentierten Produkte. Und Ihre Mitarbeiter*innen sind am besten darin geschult, diese zu präsentieren.



Im besten Falle erwecken Sie bei den Zuschauer*innen die Lust, nächstes Jahr selbst dabei zu sein. Oder bringen sie dazu, direkt zum Telefonhörer zu greifen, um sich selbst beraten zu lassen.

VERANSTALTUNGEN UND AFTERSHOW-MOVIES



Bei Aftershow-Movies und Filmen von Großveranstaltungen geht es vor allem um eines: Stimmung. Statements und Interviews treten in den Hintergrund. Ich will mir nicht erzählen lassen, wie toll ein Konzert war – ich will es erleben.

Das Amalgam aus Bühnenzauber und verzaubertem Publikum. Aus Making-Of-Bildern und erfolgreicher Veranstaltung. Festival- und Konzertbesucher*innen, DJs, Künstler*innen. Egal in welcher Form von Veranstaltung: Es geht um das Erlebte vor Ort.



EVENTS MIT DEM BESONDEREN TOUCH

Eventvideos können nicht nur der Dokumentation dienen. Warum machen Sie sie nicht zum festen Bestandteil Ihrer Veranstaltung?

Bei den Youtube Videodays erstellten wir 360° Clips mit den Besucher*innen des Events. Alle Teilnehmer*innen erhielten eine eigene Short-URL und konnten 10 Minuten später ihren ganz persönlichen Film online sehen.



Auch spannende Technologien können dafür sorgen, dass Ihre Inhalte gern gesehen und geteilt werden. Für SAMSUNG haben wir die IFA in Berlin in 360° gedreht und so die Messeatmosphäre direkt in die VR-Brille oder auf das Smartphone geholt.



USE CASES

Für Ihr Event haben Sie ein klares Marketing-Konzept, das unterschiedliche Kanäle bespielt und so ein möglichst breites Publikum anspricht. Vermutlich haben Sie professionelle Fotografie vor Ort und laden die entstandenen Bilder noch am Tag des Events auf soziale Netzwerke hoch. Filmisch reduziert es sich meist auf ein After Show Video. Warum eigentlich?

Wir haben für Sie ein paar Use Cases zusammengestellt, die Möglichkeiten der Eventdokumentation aufzeigen.

USE CASE: DEUTSCHE DIABETES GESELLSCHAFT

Der Diabetes Kongress und die Herbsttagung der DDG sind 3-tägige Veranstaltungen, die von Vorträgen und Workshops bestimmt sind, und neben Networking-Möglichkeiten auch diverse öffentlichkeitswirksame Events beinhalten.

Wir begleiten die Veranstaltungen über die gesamten drei Tage und produzieren neben dem After Show Video diverse Social Media Clips.

Aftershow-Video

Das Aftershow-Video wird bereits während der Veranstaltung vom Cutter vor Ort vorbereitet. Gedrehtes Material wird beständig geordnet und zu einzelnen, stimmigen Sequenzen geschnitten.

Diese bilden nicht nur die Grundlage für die Social Media Clips, sondern ermöglichen auch eine Fertigstellung des Films am Tag nach dem Event.



Social Media

Die vorgeschrittenen Sequenzen und weitere ausgewählte Bilder werden an den Tagen der Veranstaltung genutzt, um 2-3-minütige Social Media Clips zu erstellen.

Dafür werden neben den Event-Impressionen gezielt Interviews gefilmt, die im Gesamtbild kurze Einblicke in Themen oder Teilveranstaltungen geben und in sozialen Medien teils besser funktionieren als der Abschlussfilm, weil sie sehr auf Inhalte konzentriert sind.



Damit dieser Arbeitsprozess während des Events reibungslos läuft, muss alles bestmöglich vorbereitet sein. Bauchbinden sind designed und müssen nur noch befüllt werden. Ein Katalog an

Musiktracks wurde vorausgewählt und bildet nun einen Pool, aus dem geschöpft werden kann.

10 solcher Clips produzieren wir für die DDG pro Veranstaltung.

Sinnvoll eingesetzte Teamstärke

Um im Stress des Events sowohl die Ruhe zu bewahren als auch qualitativ hochwertige Bilder zu finden, setzen wir das vor Ort arbeitende Team sehr gezielt ein. Ein Cutter mit mobilem Schnittplatz, an dem das Material direkt geordnet und strukturiert – also in Impressionen, Vorträge, Locationbilder etc. sortiert wird. Ein oder zwei Kameramenschen, die den Großteil der inhaltlichen Punkte und Impressionen einfangen. Und eine weitere Kamera, die nur für spezielle Shots zuständig ist. Zeitrafferfahrten, Drohnen-aufnahmen, eben alles, was den Filmen am Ende den besonderen Look verleiht.

USE CASE: SUNDAR PICHAI BEI GOOGLE SAARBRÜCKEN

2016 war Alphabet CEO Sundar Pichai zu Besuch in Saarbrücken. Aus diesem Anlass wurden Presse und Politik einige Google-Kooperationsprojekte vorgestellt.

Statt ein klassisches Event-Movie zu produzieren, fokussierten wir uns bei der filmischen Begleitung der Veranstaltung auf die Inhalte.

Inhaltliche Vignetten

Eventfilme gehen häufig an den Interessen der Zuschauer*innen vorbei. Muss ich als Abonnent*in einer Facebookseite wirklich die vielen

strahlenden Gesichter und Sektgläser zu poppiger Musik anschauen, die mir von der gelungenen Veranstaltung erzählen? Solche Filme mögen toll sein für die interne Kommunikation und den Teamspirit, als Besucher*in der Seite aber habe ich ja vor allem Interesse an den dort vermittelten Inhalten.



Deshalb haben wir kurze Vignetten produziert, die einen inhaltlichen Einblick in die vorgestellten Produkte geben.



Die Nachbearbeitung lief parallel zur Veranstaltung, so dass die Filme jeweils eine Stunde nach dem Dreh online standen. Fakten wurden hier über Text vermittelt, weil die Ausspielung vor allem für soziale Medien gedacht war und auch auf mobilen Geräten ohne Ton gut funktionieren sollte.

USE CASE: GOOGLE ROADSHOW

Roadshows sind für Unternehmen die beste Möglichkeit, Kund*innen auf aller Welt direkt anzusprechen und im Marketing über einen langen Zeitraum für Awareness zu sorgen. Auch filmisch kann eine Roadshow über die gesamte Zeit begleitet werden.

Städteclips und Best-Of

Für die GOOGLE-Maps Roadshows „Code the Road“ und „Beyond the Road“ waren wir in allen angefahrenen Städten dabei. Von Deutschland bis Israel.



Als Ergebnis haben wir einzelne Clips für jeden Städteauftritt, sowie ein After Movie nach Abschluss der Roadshow produziert.

Die Schönheit Zürichs hat uns sogar dazu verleitet einen der Filme in 360° zu erstellen.



Werben Sie für Ihre Events! Mit Ihrem Event.

Natürlich hatten die Filme auch eine ganz pragmatische Aufgabe: Mit den Impressionen einer Roadshow-Station für die nächsten Termine zu werben. Nichts lädt Besucher*innen mehr ein als der Ausblick auf das, was sie verpassen könnten.

USE CASE: H&M SHOWROOM

Wenn H&M einen neuen Showroom in der Oranienburger Straße in Berlin eröffnet, lädt das Unternehmen nicht nur die gesammelte Berliner Showbiz-Prominenz ein – es will auch, dass jeder davon erfährt.

Genremix wagen!



Dafür setzte man nicht auf das klassische Eventvideo, sondern auf einen spannenden Mix aus dem eigentlichen Event und der Entstehung des Showrooms.

Wir haben die Planung und den Bau der Räumlichkeiten über einen Monat begleitet, einzelne Bauabschritte gefilmt und im Zeitraffer die gesamte Entstehung festgehalten.

So wurde die Eröffnung selbst zum krönenden Abschluss des Event-Imagefilms.

PREISGESTALTUNG



<https://www.youtube.com/watch?v=rxm2GUBay8g>

Beim Filmen eines Events reicht meist eine Kamera vor Ort. Selbst wenn Interviews oder Statements von Teilnehmer*innen des Events gefilmt werden sollen, ist das leicht im Ein-Personen-Team zu machen, um so die Kosten zu senken. Ein auf das Zielpublikum zugeschnittenes Tempo des Films, Musikauswahl – das sind die Dinge, die Ihr Event im Schnitt einzigartig werden lassen. In obigem Beispiel waren wir mit zwei Kameraleuten parallel in Hamburg und München unterwegs. Meist reicht aber der Grundpreis für die Produktion aus.

KERNDATEN KALKULATION EVENTFILM

Team aus 1 - 3 Personen

Tagesgage Kamera oder Redakteur*in: 450,00€

Tagesgage Assistenz: 400,00€

Mind. 2 Schnitttage, für längere Filme bis zu 4.

Editor inkl. Schnittplatz: 450,00€

Ein Eventfilm ohne Reisekosten in der Regel zwischen

2.500,00€ - 5.000,00€

Beispielkalkulation Eventfilm

POS.	PHASE	BESCHREIBUNG	ANZAHL	BERECHNET	BETRAG
1.01	I. Stab	DoP/Kamera	1	1 Tag	450,00 €
1.02		Produktionsleitung / Organisation (nicht am Set)	1	pauschal	400,00 €
	Zwischensumme	Stab			850,00 €
2.01	II. Technik	Kamera inklusive Zubehör	1	1 Tag	150,00 €
2.02		Tonequipment	1	1 Tag	70,00 €
2.03		Verbrauchsmaterial	1	pauschal	20,00 €
	Zwischensumme	Technik			240,00 €
3.01	III. Location	Transport	1	1 Tag	100,00 €
3.02		Spesen	1	1 Tag	20,00 €
	Zwischensumme	Location			120,00 €
4.01	III. Soundtrack	- Lizenzierung eines GEMA-freien Tracks für die Unterlegung des Trailers - Auswertung Online, Messen, Präsentationen - Zeitlich unbeschränkt	1	pauschal	200,00 €
	Zwischensumme	Soundtrack			200,00 €
5.01	IV. Postproduktion	Editor*in inkl. Schnittplatz	1	2 Tage	900,00 €
5.02		Einfaches Titling und einfache Farbkorrektur	1	pauschal	400,00 €
5.03		Exportieren, Konvertieren, Upload, Festplatten, Backup	pauschal	pauschal	incl.
	Zwischensumme	Postproduktion			1.300,00 €
6		Produktionskosten (netto)			2.710,00 €
7		Umsatzsteuer 19%			514,90 €
8		Produktionskosten (brutto)			3.224,90 €

Beispielangebot - Morpium Film GbR 2021

Rückfragen unter: 030-49 855 366 (Festnetz) oder 0176-23936477 (Mobil)