MORPHIUM

MORPHIUM FILM |
IMAGEFILM

KONTAKT

Morphium Film GbR

Auerstr. 40

10249 Berlin

pool@morphium-film.de

030|49855366

0176|23936477

Jedes Filmprojekt hat unterschiedliche Anforderungen, jede Kundschaft unterschiedliche Ansprüche. Nicht bei jeder Auftragsproduktion kann man den Aufwand eines Hollywood-Films ansetzen. Aber dennoch: Aus jedem unserer Filme spricht die Leidenschaft des Filmschaffenden, jedes Produkt wird so gut umgesetzt, wie es das Genre und das Budget zulassen – und meist noch ein bisschen besser.

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!

EINSATZZWECKE

STILMITTEL

WIE EIN FILM ENTSTEHT

PREISGESTALTUNG

EINSATZZWECKE

Die Frage, wo Sie mit Ihrem Film hinwollen, welches Publikum Sie ansprechen, wie Sie ihn auswerten wollen, haben Sie vermutlich bereits für sich beantwortet, bevor Sie uns anfragen. Sie haben eine Kosten-Nutzen-Kalkulation aufgestellt und entschieden, dass ein Film Ihnen im Marketing hilft.

Aber haben Sie auch weit genug gedacht? Längst ist die Auswertung eines Films nicht mehr die statische Angelegenheit, die sie mal war. Eingebunden auf die Internetseite, vielleicht auf Messen gezeigt.

Ihr Film kann in all Ihren Kommunikationswegen zum wichtigsten Marketingelement werden. Auch in denen, an die Sie noch gar nicht gedacht haben.

Zeigen Sie die besten Bilder in einem Header-Video auf Ihrer HOMEPAGE. Bauen Sie Ihren Film modular auf und verwenden Teile davon auf Unterseiten, zum Beispiel zu Ihren Produkten oder dem Team. Verwenden Sie Ausschnitte aus Interviews in Ihrem FAQ.

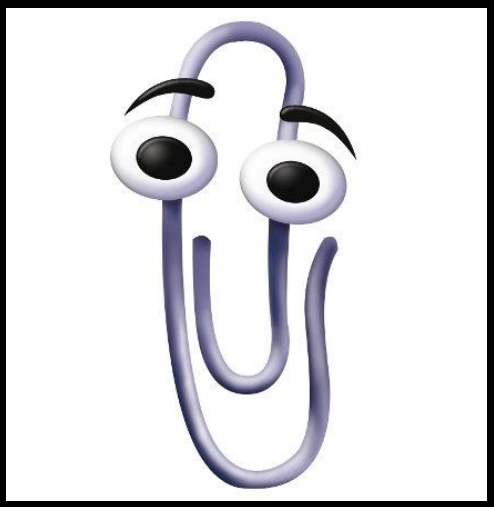
Nutzen Sie Ihren Film auf SOCIAL MEDIA. Ob quadratisch auf Instagram, Hochkant auf Facebook, oder als vorgeschaltete YouTube-Werbung. Mit filmischen Elementen erhalten Sie eine deutlich höhere Sichtbarkeit in den sozialen Netzwerken. Auch hier ist wichtig: Zeigen Sie keine 5-Minuten-Filme, sondern lösen Sie sinnvolle Module aus Ihrem Imagefilm, um sich den Sehgewohnheiten in den sozialen Netzwerken anzupassen. Ein 30-

Sekunden Teaser schafft es eher, die Zuschauer*innen auf Ihre Webseite zu holen.

Denken Sie Ihren Film als DIGITALE VISITENKARTE. Ein Videolink in der Mail-Signatur, ein kurzes Startvideo in Ihren Präsentationen, oder eingebettet in PDFs und andere Downloads auf Ihrer Homepage.

Verwenden Sie in Ihrem Film VEKTORBASIERTE ANIMATION, um bestimmte Parts hervorzuheben und genauer zu erklären. Da Vektoren auflösungsunabhängig sind, können Sie die erstellten Grafiken in Ihren Print-Unterlagen nutzen.

Animationen können Sie direkt im Code Ihrer Homepage einbinden und sogar INTERAKTIV GESTALTEN. Bringen Sie Bewegung in Ihr Logo, wenn der Besucher Ihrer Homepage mit der Maus darüberfährt, oder erfinden Sie Ihren eigenen „Karl Klammer", der sowohl durch Ihren Imagefilm führt als auch den Nutzer Ihrer Homepage auf Mausklick anleitet.



STILMITTEL

Szenisch

Manchmal geht es in einem Imagefilm nicht darum, Ihre Räumlichkeiten und Mitarbeiter*innen vorzustellen, sondern, im besten Wortsinn von „Image", ein Gefühl zu vermitteln, die positive Note Ihres Unternehmens zu zeigen. Dann kann es sich anbieten, szenisch zu arbeiten. Mit vorher definierter Handlung, mit Schauspieler*innen, die Ihre Botschaft professionell rüberbringen.

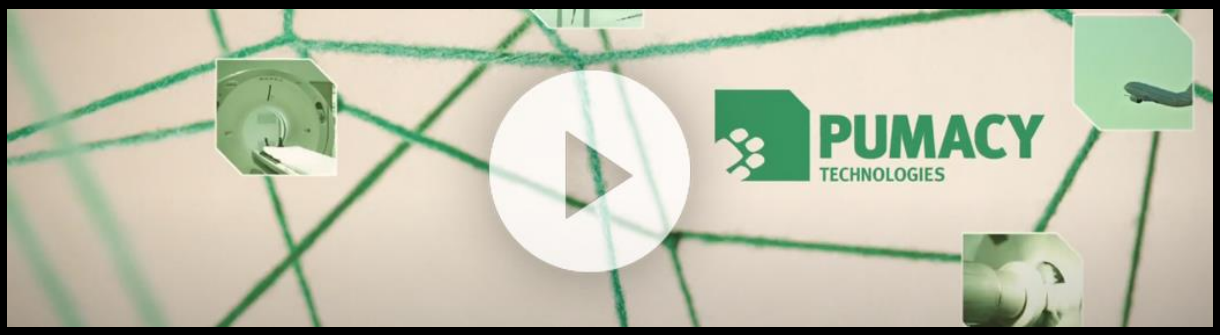
Dokumentarisch

Oder sie zeigen Ihr Unternehmen so sympathisch, wie es in Realität ist. Wichtig ist, dass Sie Ihre Mitarbeiter*innen nicht zu Laienschauspielern machen, die auf Signal der Kamera den Telefonhörer abnehmen. Doku braucht Zeit. Zeit, bis Ihr Team die Kamera vergessen hat und das echte Lächeln zeigt, die aufrichtige Konzentration, die ehrliche Euphorie bei der Arbeit.

Visualisierungen

Falls Sie Produkte oder Leistungen haben, die schwer darstellbar sind, visualisieren Sie sie verständlich. Ob animierte Statistiken und Schemata, 3D-gerenderte Maschinen oder kurze Explainer-Parts, also über Icons oder Vektorgrafiken umgesetzte Erkläranimation.

Module



Unterschiedliche Geschäftsbereiche können Sie auch visuell in Ihrem Film deutlich machen. Das sorgt auch für die Möglichkeit, Module aus dem Film zu lösen und einzeln zu nutzen.

Im einfachsten Fall nutzt man ein in Ihrer CI vorhandenes Farbschema. Oder man spannt farbige Wollfäden im Raum, wie bei unserem modularen Imagefilm für PUMACY.

Use Cases

Im B2B-Bereich können Sie die Qualität Ihrer Leistung oder Produkte auch im direkten Einsatz zeigen. Zufriedene Kund*innen sind das beste Argument für Sie. Für unseren Kunden Atlas Copco zum Beispiel haben wir die Kompressoren in unterschiedlichen Filmen und Anwendungszwecken, vom Bierbrauen bis zum Autobau, dargestellt.

Langzeitbegleitung

Fertigungsprozesse brauchen mitunter Zeit. Ein Imagefilm ist das perfekte Medium, den Prozess visuell zu komprimieren und Ihrer Kundschaft zu verdeutlichen. Wir haben schon die Fertigung von Autos über 2 Tage begleitet, den Bau einer Ausstellung über einen Monat und das Errichten einer Lagerhalle über ein Jahr. Zeitraffer-aufnahmen in Kombination mit punktierten Drehs zeigen all Ihre Expertise.

Es gibt viele weitere Stilmittel, über die wir in der Konzeption miteinander reden sollten. Den Einsatz von Sitzinterviews, in Ihren Räumlichkeiten oder vor einer mobilen Fotowand. Voice-Over, um wichtige Fakten zu unterstreichen. Eine elegante Textebene, die auch einzelne Wortgruppen aus Interviews übernehmen kann und so bei der Ausspielung auf Social-Media-Kanälen hilft.

WIE EIN FILM ENTSTEHT

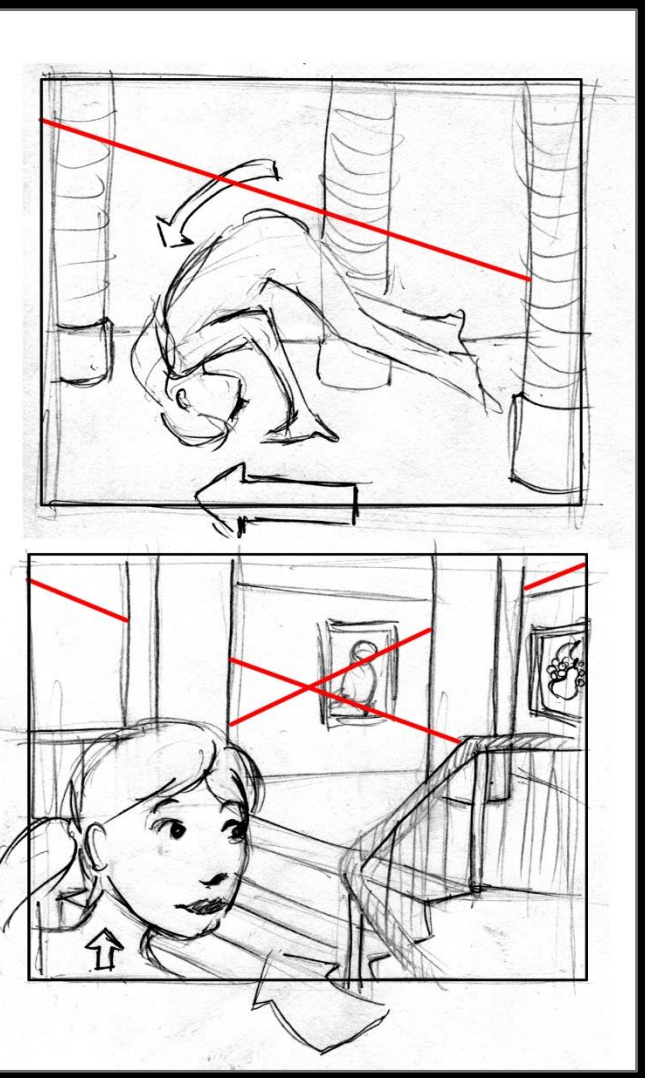
DIE STOFFENTWICKLUNG

Am Anfang steht natürlich das Wort. Nach einem ersten, ausführlichen Konzept geht es an die detailliertere Ausarbeitung. Je nach Anforderungen des Films wird in dieser Phase entweder ein Drehbuch oder direkt eine schriftliche Shotliste erstellt. Für unseren Film "TXL – Urban Technologies" (Beispiel unten) gab es zwar keine Dialoge der Darsteller*innen, dennoch machte hier, für einen einfacheren Abstimmungsprozess, ein Drehbuch Sinn, das bereits den Text des Voice Overs enthielt.

Das Drehbuch entsteht stets in enger Zusammenarbeit mit Ihnen. Wir sind die Kreativen – Sie aber wissen alles über Ihr Unternehmen oder Ihr Produkt. Und haben Sie bloß kein schlechtes Gewissen, weil Sie schon wieder mit Änderungswünschen anrufen.

Fünf oder sechs Fassungen eines Skripts sind vollkommen normal. Schließlich wird hier das Gerüst des Films gebaut.

Ist ein Film aufwändiger, hat er beispielsweise Effektszenen oder Animationen, ist es mitunter nötig, ein Bild-Storyboard anzufertigen, in dem jede einzelne Einstellung aufgezeichnet wird. Häufig macht dies auch generell bei szenischen Produktionen Sinn – ist die Zeit aber knapp, oder das Budget gering, reicht hier auch eine schriftliche Shotliste.



Nicht immer wird das Storyboard hundertprozentig in der Kamera umgesetzt. Es sollte aber dicht genug am Endergebnis dran sein. Vergleichen Sie unten unseren Film "Tripventure Kunstraub" und den dazugehörigen Ausschnitt aus dem Storyboard.

DIE DREHVORBEREITUNG

Falls Ihr Film weniger Budget hat, beispielsweise bei Dokumentationen oder kleineren Imagefilmen, geht es in der Drehvorbereitung vor allem um die Erstellung von Drehplänen und Tagesdispositionen, Teamzusammenstellung und Technikmietung.

Sobald Sie aber einen szenischen Film planen, wird es komplexer. Hier geht es zunächst ins Casting. Sie bekommen von uns verschiedene Vorschläge an Darsteller*innen und können auswählen, wer am besten auf die Rolle passt. Die Garderobe wird bestimmt und in einem "Fitting" ausprobiert.

Auch hier können Sie anhand von Fotos bestimmen, ob der Stil zu Ihrem Unternehmen passt. Natürlich können Sie beim Fitting auch persönlich anwesend sein.

Dann geht es an die Arbeit mit den Darsteller*innen. Manchmal reicht ein kurzes Vorgespräch – bei komplexeren Rollen wird jede Szene eingehend geprobt. Hier können sich auch jederzeit noch Änderungen im Skript ergeben, die selbstverständlich mit Ihnen abgestimmt werden.

Probenclip zu unserem Kurzfilm **AUREOLE**:

DER DREH

Und dann ist es plötzlich, und meist viel zu schnell, Zeit für den Hauptteil der Arbeit: den Dreh. Der Teil, der dem Film Gestalt gibt, bei dem die Worte und die schemenhaften Bilder, die bisher im Kopf ruhten, laufen lernen. Damit haben Sie als Kund*in nicht so viel zu tun – es sei denn, Sie möchten. Denn natürlich ist dies auch der Teil des Prozesses, der vieles in Stein meißelt. Am Tempo des Films, an der Tonalität über Musik u.ä. können wir auch später noch arbeiten. Aber was nicht gedreht ist, ist nicht gedreht. Besser, Sie sind dabei. Ein zweiter Monitor ist an jedem Set selbstverständlich. Und kostenlose Brötchen gibt's auch.

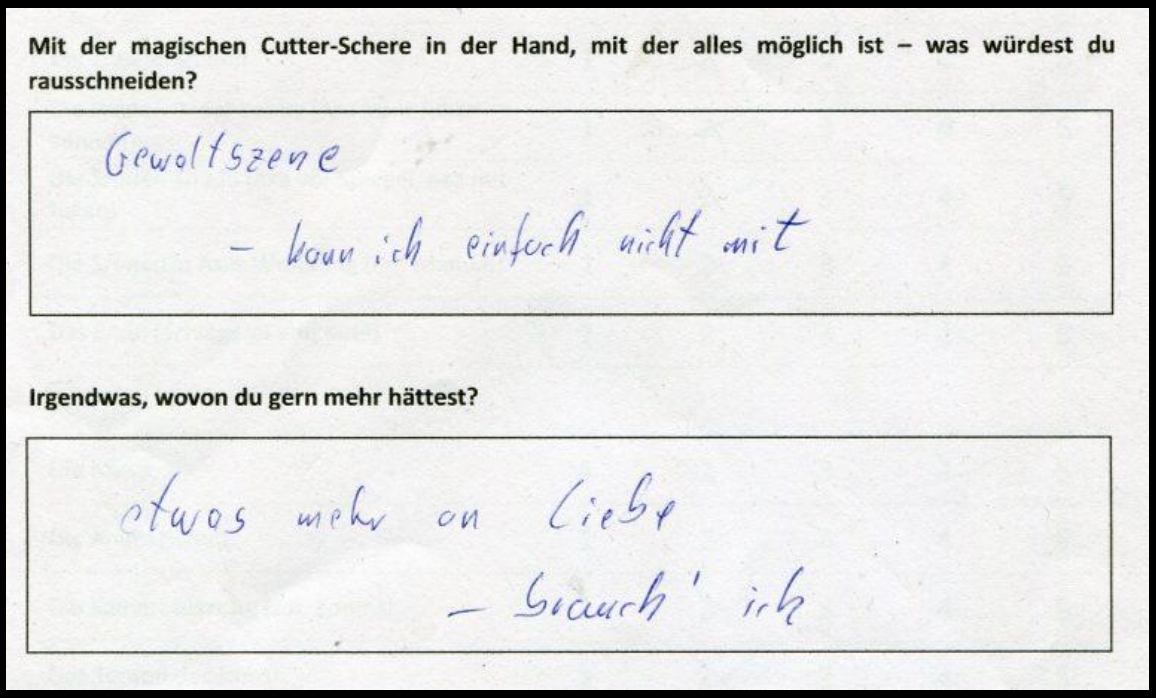
DIE POSTPRODUKTION

Postproduktion meint zunächst: Den Schnitt. Die erste Fassung Ihres Films dauert meist nicht allzu lange. In ihr geht es darum, den Inhalt und das grobe Tempo des Films zu bestimmen. Bei szenischen Filmen ist das zum größten Teil vorgegeben, aber Sie werden überrascht sein, wie Sie vor allem Ihren Eventfilm oder Ihre Dokumentation plötzlich mit neuen Augen sehen.

Ist dieser Schritt abgestimmt, geht es an Musikauswahl, Off-Kommentar, Grading (also Farb- und Kontrastanpassungen des gefilmten Materials).

Möglicherweise müssen zu diesem Zeitpunkt noch zusätzliche Bildelemente, wie z.B. Animationen, über Compositing eingefügt werden. Auch Bildretuschen von Sonnenflecken o.ä. zählen dazu.

Falls Sie im Zweifel sind, ob Ihr Film in der aktuellen Schnittfassung beim Zielpublikum ankommt, gibt es in dieser Phase immer die Möglichkeit eines Testscreenings. Dies ist mit sehr viel, auch zeitlichem, Aufwand verbunden. Es wird ein Kino gemietet und ein Testpublikum eingeladen, das Fragen persönlich und in einem Fragebogen beantwortet.



Mit der magischen Cutter-Schere in der Hand, mit der alles möglich ist – was würdest du rausschneiden?

Gewaltszene
– kann ich einfach nicht mit

Irgendwas, wovon du gern mehr hättest?

etwas mehr an Liebe
– brauch' ich

Daher empfiehlt sich dieses Vorgehen vor allem für größere Produktionen. Aber keine Angst vor den Kosten: Generell findet sich in den meisten, auch kleineren, Filmbudgets Platz für diesen Prozess.

DIE PREMIERE

Irgendwann ist er dann da, der große Moment: Fertig! Der Traum von der großen Premiere ist natürlich jedem Film immanent. Unten ein Foto der Premiere des von uns mit der "Rostocker Schule" produzierten Kurzfilm-Quartetts "Krank" in der Hochschule für Musik und Theater, Rostock.

Natürlich bietet nicht jeder Film den Rahmen für eine glamouröse Premiere. Aber vertrauen Sie uns: Egal, was Sie von uns produzieren lassen, vom kleinen Event- zum großen Image- oder Werbefilm. Das Gefühl, wenn der fertige Film das erste Mal über den Bildschirm oder die Leinwand flimmert, wird stets das gleiche sein: Eine kleine Resonanz des roten Teppichs der Berlinale.

PREISGESTALTUNG

https://www.youtube.com/watch?v=l6rpyqw8Q_0

Einfache Imagefilme werden meist im kleinen Drehteam umgesetzt. Je eine Position Regie, Kamera, Ton, Beleuchtung und ein Mensch, der sich um die Produktion vor Ort kümmert. Vor der Kamera sind die Mitarbeiter*innen Ihres Unternehmens zu sehen, Ihre Räumlichkeiten bilden die Location. Lichtsetzung, Kameradolly oder Gimbal – all das bringt den Werbelook in die Bilder und ist auch im kleinen Team realisierbar.

In obigem Beispiel gab es noch einen größeren Animationspart, ansonsten zeigt der Film gut die kosten-günstige aber stilistisch hochwertige Arbeitsweise beim Imagefilm.

KERNDATEN KALKULATION IMAGEFILM

STAB

- Zwischen 3 und 5 Personen
- Tagesgage Head of Department – 450,00€
- Tagesgage Assistenz – 400,00€

In der Regel zwischen 1.200,00€ – 2.500,00€ pro Drehtag.

TECHNIK

- Je aufwändiger der Look, desto teurer Licht und Kamera
- Normale Produktionen drehen wir mit DLSR und Kinoflos
- Drohnenaufnahmen sind stets inklusive

In der Regel zwischen 400,00€ – 1.000,00€ pro Drehtag.

POSTPRODUKTION

- Editor inkl. Schnittplatz – 450,00€ Tagesgage
- Normalerweise sollte man zwischen 3 und 5 Schnitttagen einplanen
- Off-Sprecher für normale Filmlänge – 800,00€

In der Regel zwischen 2.500,00€ – 7.000,00€.

Beispielkalkulation Imagefilm

POS.	PHASE	BESCHREIBUNG	MENGE	TAGE	BETRAG
1.01	I. Stab	Regie	1	pauschal	1.000,00 €
1.02		Konzeption	1	pauschal	500,00 €
1.03		Organisation / Produktionsleitung	1	pauschal	600,00 €
1.04		Kamera	1	2	900,00 €
1.05		Tonassistenz	1	2	800,00 €
1.06		Assistenz Beleuchtung/Grip	1	2	800,00 €
	Zwischensumme	**Stab**			**4.600,00 €**
2.01	**II. Motiv**	Spesen	4	pauschal	120,00 €
	Zwischensumme	**Motiv**			**120,00 €**
3.01	III. Technik	Kamera / Objektive	1	2	300,00 €
3.02		Ton inklusive Zubehör	1	2	140,00 €
3.03		Licht inklusive Zubehör	1	2	300,00 €
3.04		Bühne (Kameraslider, Gimbal o.ä.)	1	2	200,00 €
3.05		Verbrauchsmaterial	1	pauschal	50,00 €
	Zwischensumme	**Technik**			**990,00 €**
4.01	**IV. Transport**	Reisekosten	1	2	200,00 €
	Zwischensumme	**Transport**			**200,00 €**
5.01	V. Postproduktion	Editor*in inkl. Schnittplatz	1	4	1.800,00 €
5.02		Animation, Grafikerstellung, Screendesign	1	3	1.500,00 €
5.03		Grading	1	1	450,00 €
5.04		Soundtrack (Lizensierung von 2 Tracks)	1	pauschal	400,00 €
5.05		Voice Over inkl. Studio	1	pauschal	800,00 €
5.06		Tonmischung	1	1	300,00 €
5.07		Konvertieren und Ausspielen	1	pauschal	inkl.
	Zwischensumme	**Postproduktion**			**5.250,00 €**
6		**Produktionskosten (netto)**			**11.160,00 €**
7		**Produktionskosten (brutto)**			**13.280,40 €**

Beispielangebot - Morphium Film GbR 2021
Rückfragen unter: 030-49 855 366 (Festnetz) oder 0176-23936477 (Mobil)