



Film im Internet



...an Filmproduzent Franz Stanzl:

Ist das Internet mit den Videoplattformen Fluch oder

ein Segen für die Filmindustrie?

Stanzl: Der Videomarkt hat sich durch das Internet erheblich vergrößert. Der Einnahmen-Kuchen ist aber nicht größer geworden, sondern hat sich nur auf mehr Anbieter am Markt verteilt. Der Vorteil ist, dass es sich auch kleinere Unternehmen leisten können, sich mit bewegten Bildern im Internet zu präsentieren. Da auch viele Laien Filme auf diese Videoplattformen uploaden, leidet das Qualitätsniveau. Es wird aber nur ein gut gemachter Film die gewünschte Werbewirkung erzielen.

Wie konkret müssen die Vorgaben an einen Filmer sein, wenn man einen Unternehmens-Film in Auftrag gibt?

Der genaue Einsatzzweck und die Zielgruppe müssen klar sein sowie die zu vermittelnde Botschaft muss zu verstehen sein. Danach spannt sich der Bogen von: Der Kunde hat seine genauen Vorstellungen und führt selbst Regie – bis zur völligen künstlerischen Freiheit des Filmproduzenten. Oft wird eine Werbeagentur in ein Filmprojekt einbezogen, die die künstlerische Leitung übernimmt.

Welche Kanäle sollten bespielt werden, um die größtmögliche Reichweite zu erreichen?

Die größte Reichweite ist derzeit sicher mit YouTube zu erzielen, da dieser Kanal auch mit Mobilgeräten und Tablets abgerufen werden kann. YouTube erreicht alle Altersstufen und ist weltweit verbreitet, also das Nonplusultra. Ein Videoproduzent sollte sich auf alle Fälle auf einem YouTube-Kanal präsentieren.

Waren früher Filme, die von Unternehmen veröffentlicht wurden, praktisch auf das Trägermedium DVD beschränkt, werden Filme heute vorrangig im Internet abgespielt. Das Medium bietet auch Unternehmen mit kleinen Kommunikationsbudgets eine Plattform.

Kaum jemand kann sich noch daran erinnern, wie er oder sie mit einem 56k-Modem versucht hat, das erste Mal ein Video im Internet anzuschauen... Langsame Datenübertragung und leistungsschwache Rechner verhinderten den Spaß am Online-Film. Damals gab es nur ein einziges Medium für einen Unternehmensfilm: Die DVD.

Die Konsequenzen eines physisch gebundenen Trägermediums waren komplizierte Verbreitungswege, die sich nur für „große Unternehmensfilme“ rechneten.

Alles einfacher im Netz?

Damals wurden aufwendige Filme mit einer Dauer von zehn Minuten aufwärts und langjähriger „Gültigkeit“ produziert. Im Wesentlichen sahen solche Filme dann nur Besuchergruppen im

SERIE, TEIL 3

e-business

Unternehmen oder sie wurden in andere Präsentationen – wie bei Messeauftritten – eingeflochten.

Storytelling wichtig

Technisch gesehen ermöglicht das Internet eine schnelle, kostengünstige Verbreitung von Unternehmensfilmen. Auch die Herstellung von Videos ist einfacher geworden. Viele Privat-User stellen ihre mit Helm- oder Digitalkameras und Smartphones angefertigten Filme inzwischen ins Netz. In der Unternehmenskommunikation ist aber nach wie vor Qualität gefragt. Es ist ein Irrglaube, dass das Internet schlechte Qualität verzeiht. In

Ausnahmefällen kann ein kurzes Smartphone-Video für die Facebook-Seite genügen, wenn es eine besondere Geschichte erzählt.

Die technischen Entwicklungen und die User-Gewohnheiten im Internet machen die Filmproduktion erschwinglicher und damit auch für kleinere Kommunikationsbudgets fruchtbar. Oft reichen 90 Sekunden kurze Filme, die jedoch mit Kreativität aus der Masse hervorstechen müssen. Das Storytelling wird immer wichtiger!

WKO.TV



Die Videoplattform **WKO.tv** bietet ein Video-on-Demand-Service aller Wirtschaftskammern Österreichs. Angeboten werden die Videos in folgenden Channels: Interessenvertretung, Service, Branchen, Bildung & WIFI sowie Firmenvideos von Mitglieds-Unternehmen. Derzeit sind über 3.000 Videos online.

Features

- ▶ Videos in High Definition-Qualität (HD)
- ▶ Download von Videos
- ▶ Speicherung von Favoriten
- ▶ Volltext-Suche nach Videos
- ▶ Filtern nach WKÖ, Landeskammern und Branchen
- ▶ Filtern nach Sparten und Channels

FAKTEN

YouTube immer noch auf dem Vormarsch

- ▶ Pro Minute werden 72 Stunden neues Filmmaterial auf YouTube hochgeladen
- ▶ Jeden Monat besuchen mehr als 800 Millionen einzelne Nutzer die YouTube-Website
- ▶ Jeden Monat werden auf YouTube mehr als 4 Milliarden Stunden Videomaterial angesehen
- ▶ 25 % der weltweiten Aufrufe erfolgen über Mobilgeräte