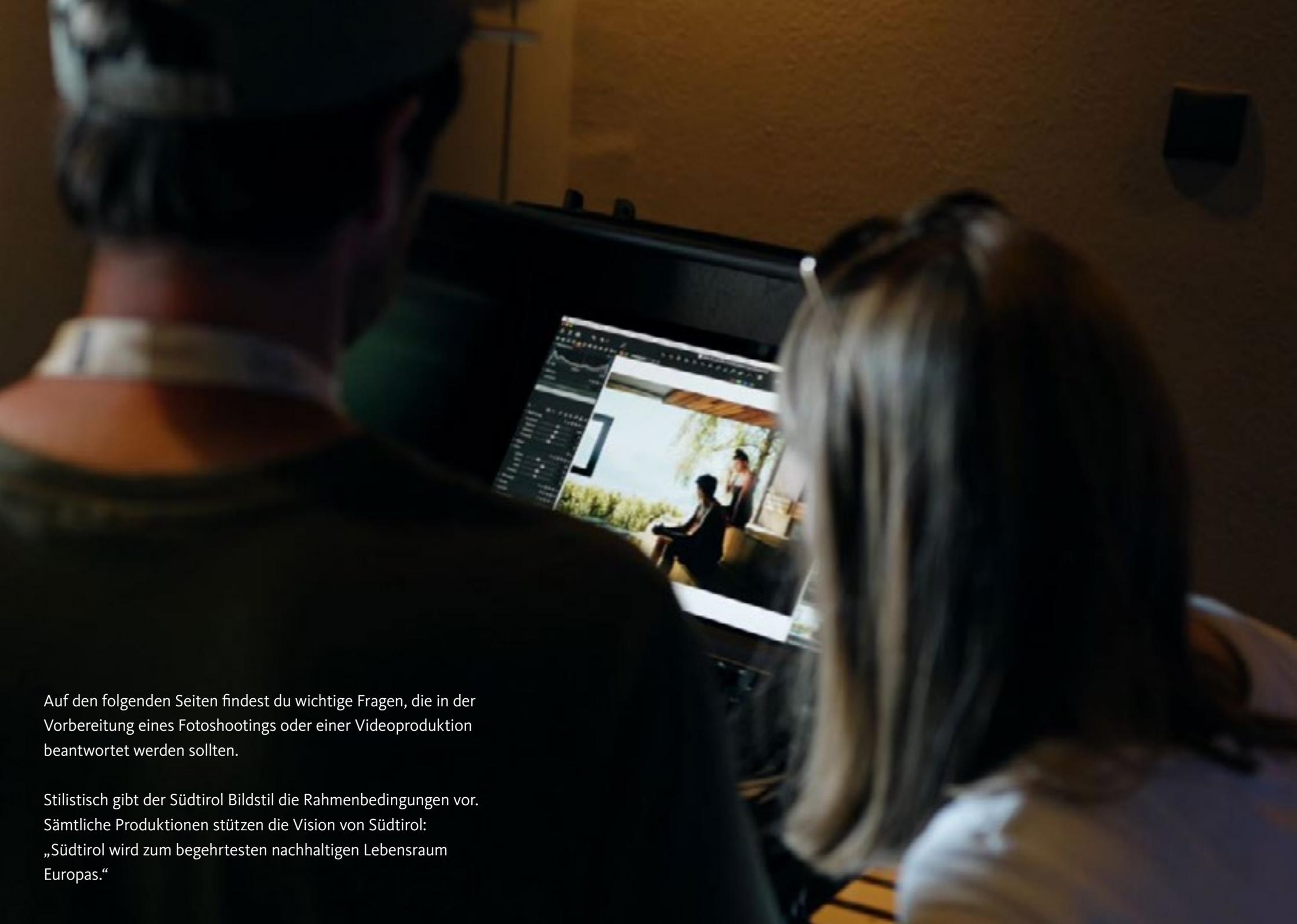




Tipps & Tricks für Foto- und Videoproduktionen

IDM Südtirol



Auf den folgenden Seiten findest du wichtige Fragen, die in der Vorbereitung eines Fotoshootings oder einer Videoproduktion beantwortet werden sollten.

Stilistisch gibt der Südtirol Bildstil die Rahmenbedingungen vor. Sämtliche Produktionen stützen die Vision von Südtirol: „Südtirol wird zum begehrtesten nachhaltigen Lebensraum Europas.“

Inhalte eines Briefings

Was wird benötigt?

Kurze Projektbeschreibung (Thema, primärer Einsatzzweck): z.B. Foto zum Thema Skigenuss als Keyvisual für eine Broschüre. Oder Fotos zum Thema Talradwege im Frühling für die Kommunikation auf der Website.

Wie viele Bilder werden benötigt?

Tipp: Die Planung sollte bei der Anzahl der Motive bzw. Szenen starten. Davon abgeleitet sollte es je ein Hoch- und ein Querformat geben, zusätzlich Side Shots (z.B. Detailaufnahmen oder andere Blickwinkel der Szene). Die Anzahl ist wichtig für eine realistische Zeitplanung und das Einholen der Angebote. Bitte bedenke auch eventuelle Sonderformate (z.B. Bannerformate).

Welches Gesamt-Budget steht zur Verfügung?

Tipp: Auflistung der einzelnen Positionen. So ist eine Kostenschätzung für das gesamte Projekt einfacher: Fotograf/in, evtl. zusätzlicher Ankauf Rechte, Models, Stylist/in, Visagist/in, Location-Fee, Requisiten, aufwendige Retuschen und kleinere Ausgaben wie Essen, Fahrtspesen, Parkgebühren, Übernachtungen, etc.

Welche Motive werden benötigt?

Tipp: Auflistung der konkreten Szenen und umfangreiche Beschreibung. So haben alle Beteiligten das gleiche Verständnis und können den Aufwand in ihren Angeboten besser einschätzen.

- › Wen sehe ich auf dem Bild? (Stichwort Zielgruppe)
- › Bei welcher Aktivität?
- › In welchem Umfeld? (Stichwort alpin-mediterran)
- › Zu welcher Tageszeit?
- › Welche Requisiten sind von Bedeutung? (Stichwort alpin-mediterran)
- › Was ist die Kernaussage des Bildes?
Also was soll der Betrachter denken und fühlen, wenn er das Bild sieht?
- › Zahlt das Motiv auf die Differenzierung bzw. Positionierung ein?
- › Ist das Motiv in seiner Aussage für die unterschiedlichen Märkte geeignet?
- › Ist Nachhaltigkeit im Bild erkennbar? (siehe „Weitere Tipps“)



Location: Wo sollen die Bilder geschootet werden?

- › Ein Location-Check vorab hilft, sich die aktuellen Rahmenbedingungen anzusehen. Ist die Vegetation im gewünschten Stadium (Blüte, Herbstfarben, etc.), gibt es keine störenden Elemente im Hintergrund (Kräne, Strommasten), müssen Requisiten organisiert werden (Blumen, Geschirr, Dekoration)?
- › Wann sind die Lichtverhältnisse am Shootingort am besten? Apps, die den Sonnenverlauf zeigen, können bei der Planung helfen.
- › Bietet die Location genug Möglichkeiten für Side Shots?
- › Muss der Shootingort abgesperrt werden?
- › Werden Produktions- oder Durchfahrtsgenehmigungen bzw. ein Einverständnis vom Grundbesitzer benötigt?
- › Fällt eine Locationmiete an? (z.B. Gastlokal)
- › Wo gibt es in der Nähe die Möglichkeit, die Models zu stylen bzw. einen Lagerort für Outfits/Requisiten?
- › Darf am ausgewählten Ort die Aktivität praktiziert werden? Es ist nicht ratsam, z.B. Wander- oder Bikefotos an Orten zu shooten, die privat sind oder nicht für diese Aktivitäten zur Verfügung stehen.

Wie ist der Einsatzzweck der Bilder?

z.B. Website, Broschüre, soziale Netzwerke, etc. Tipp: Wenn ein konkreter Einsatzort bekannt ist, hilft eine grafische Vorlage (z.B. Layout Titelblatt Broschüre), um das Motiv perfekt auf den Bedarf anzupassen. So kann genug Platz für einen Text oder ein Logo (z.B. viel Himmel, viel Wiese, viel Tisch, etc.) im Bild vorgesehen werden.

Welche Rechte brauche ich?

- › Es ist sehr wichtig, das Thema der Rechte im Vorfeld mit allen Beteiligten (Fotograf/in, Models, Locations, etc.) zu klären.
- › Benötige ich die Bilder nur für meine eigene Kommunikation oder sollen diese Bilder auch von meinen Mitgliedern/Kunden/etc. genutzt werden (= Weitergabe an Dritte)?
- › Möchte ich die Bilder exklusiv nutzen, oder ist es ok, wenn der/die Fotograf/in sie weiterverkauft (= exklusiv vs. nicht exklusiv)?
- › Sämtliche Rechte müssen in einem Vertrag mit dem Produzenten und in einer Verzichtserklärung mit den Models festgelegt sein.

In welchen Formaten und bis wann benötige ich die Bilder?

z.B. Tiff und/oder jpg. Achtung: Sollten bei den Bildern umfangreiche Retuschen benötigt werden, muss dafür genug Zeit und ggf. weiteres Budget eingeplant werden.



Für VIDEO gilt zusätzlich:

Welches Video benötige ich?

Kurze Projektbeschreibung zur Kernaussage und dem Zweck des Videos, z.B. schöne Aufnahmen, die ein Allgemeinbild vermitteln (Imagefilm) oder informatives Video (redaktioneller Ansatz).

Gibt es Themen/Szenen, die besonders hervorgehoben werden sollen?

Es gilt außerdem zu klären, wer für das Konzept des Videos verantwortlich ist: Gibt es bereits eine Idee oder soll der Lieferant ein Konzept erarbeiten?

Tipp: Wenn man bereits eine ungefähre Vorstellung vom Video hat, ist es hilfreich, dem Briefing ein Grobkonzept oder Beispielvideo beizulegen.

Wie lang sollte ein Video sein?

Dies hängt von der Art des Videos ab. Informativ Videos können 1-2 Minuten lang sein. Videos für Instagram Stories sollten hingegen die 15 bzw. 30 Sekunden nicht überschreiten.

Für allgemeine Imagefilme gilt der Richtwert 30-45 Sekunden.

In welchen Formaten bzw. für welchen Zweck benötige ich das Video?

- › Youtube/Websites 16:9
- › Instagram 9:16
- › Facebook 4:5

Welche Musik benötige ich?

Musik macht 2/3 der Stimmung eines Videos aus. Somit sollte die Musik zu den Bildern passen. Hier können Kosten für die Lizenzfreigabe anfallen. Auch mit Atmo (Hintergrundgeräuschen) kann gearbeitet werden.

Benötige ich Text im Video?

Soll ein Video einen Text oder Link beinhalten, so muss der dafür notwendige Platz im Bild vorgesehen werden. Außerdem muss darauf geachtet werden, dass der Hintergrund die Lesbarkeit des Textes gewährleistet. Gibt es Interviews im Video, sollten Bauchbinden mit den Namen der Sprechenden Personen eingefügt werden.

Werden Untertitel benötigt?

Tipp: Bei Videos mit O-Tönen (Interviews) wird geraten, Untertitel einzusetzen, um das Video für mehrere Sprachen zugänglich zu machen. Untertitel können auch eingesetzt werden, um die Kernbotschaft des Videos zu verstärken.

Wird ein Voiceover (Sprecherstimme) benötigt?

Falls ja, müssen dafür weitere Kosten einberechnet werden.



Benötige ich ein Logo im Video?

Ja - ist aber kein Muss. Ob ein Logo eingesetzt werden soll und an welcher Stelle (gleich zu Beginn, durchgehend oder am Ende), hängt von der Zielsetzung des Videos und dem Kanal ab, auf dem es veröffentlicht wird.

Welche Rechte brauche ich?

- › Benötige ich das Video nur für meine eigene Kommunikation, oder soll dieses Video auch von meinen Mitgliedern/Kunden etc. genutzt werden (= Weitergabe an Dritte)?
- › Möchte ich das Video exklusiv nutzen, oder ist es ok, wenn die Aufnahmen oder das Material weiterverkauft werden (= exklusiv vs. nicht exklusiv)?

Benötige ich auch das Rohmaterial?

Tipp: Rohmaterial anzukaufen bietet sich an, wenn man in Zukunft mehrere Videos aus dem gedrehten Material schneiden lassen möchte.

Welche Personen möchte ich im Video zeigen?

- › Entsprechen sie meiner Zielgruppe? (Alter, Typ - mediterran oder nordisch etc.)
- › Sind die Personen durch eine gewisse Natürlichkeit gekennzeichnet?
- › Handelt es sich bei den Darstellern um Südtiroler, die in ihrem Aussehen auf die Differenzierung von Südtirol zu anderen Mitbewerbern einzahlen?
- › Gehen die Menschen im echten Leben den Aktivitäten nach, die sie im Bild darstellen – im Sinne der Glaubwürdigkeit?



Weitere Tipps:

Arbeit mit Models

- › Die Zusammenarbeit mit Modelagenturen erleichtert die Auswahl und garantiert eine professionelle Herangehensweise. Oft besteht auch die Möglichkeit, Models direkt über den Produzenten zu buchen.
- › Kümmert sich ein/e Stylist/in um die Outfits oder müssen die Models selbst Kleidung mitbringen? Im zweiten Fall vorab Fotos der Outfits anfragen.
- › Kümmert sich ein/e Visagist/in um Haare und Make-up oder müssen sich die Models selbst darum kümmern? Falls letzteres, vorherige Absprache bzw. Briefing (natürliches Make-up, gepflegte Hände, kein Nagellack, Dreitagebart ok)?
- › Shootings mit Kindern: an Verpflegung denken (Kekse, Obst, Getränke, usw.) und genügend Pausen einlegen, damit die Stimmung nicht kippt.
- › Auch mit Models muss ein Vertrag (eine sogenannte Verzichtserklärung) abgeschlossen werden.

Auswahl Foto- bzw. Videoproduzent/in

Für eine gute Beurteilung ist es hilfreich, ein Portfolio anzufordern oder sich die Arbeiten und Referenzen auf den Kanälen (Website, Social Media) von Fotograf/in oder Videoproduzent/in anzusehen.

Achte bei der Auswahl u.a. auf folgende Dinge: Erfahrung mit ähnlichen Kunden, Referenzen, Spezialisierung (Landschaft, Lifestyle, Sport, Food, etc.) und Ausstattung.

Kombi Foto und Video

In einigen Fällen lohnt sich die Kombination von Foto- und Videoproduktion, z.B. wenn der Aufbau des Sets sehr aufwendig ist, es viele Models braucht, das Zeitfenster knapp ist, etc. Der Tagesablauf muss in diesem Fall sehr gut geplant und an alle Beteiligten kommuniziert werden. Dir muss klar sein, dass ein Dienstleister immer Vorrang haben muss, sonst leidet die Qualität beider Produktionen. Du musst also entweder Foto oder Video in die erste Reihe stellen. Diese Vorgehensweise muss sowohl mit Fotograf/in als auch mit Videoproduzent/in vorab klar besprochen und gut organisiert werden.



Nachhaltigkeit

Um der Vision Südtirols zu entsprechen, sollten in Produktionen Nachhaltigkeits-Themen bewusst berücksichtigt werden.

Das kann z.B. sein:

- › Holz statt Plastik
- › Lokale Unternehmen statt internationale Marken
- › Kleine Spazierwege statt Forststraßen
- › Natürliche Wasserquellen, z.B. Trinkflasche, die am Brunnen aufgefüllt wird
- › Öffentliche Mobilität
- › Biodiversität in Wiesen (viele unterschiedliche Blumen) und in der Landwirtschaft (keine reinen Monokulturen)
- › Landwirtschaft: Handarbeit, Arbeit mit Erde, freilaufende Tiere, Anbau alter Sorten, nachhaltige Techniken im Frostschutz, Unkrautvernichtung oder Schädlingsbekämpfung, etc.
- › Essen & Trinken: Auf Regionalität und Saisonalität bei den Produkten / Gerichten achten und vegetarische Alternativen bevorzugen
- › Pflege und Erhalt von kulturellen Gütern
- › Architektur/Bau: Nachhaltige Rohstoffe, sensible Einbettung in Landschaft, neue Technik für Strom- und Wasserersparnis, etc.
- › Hotspots und Hochsaisons-Zeiten vermeiden

Dokumente

Zusammenfassend solltest du folgende Unterlagen und Dokumente vorbereiten und anschließend ablegen:

1. Briefing
2. Vertrag mit Fotograf/in
3. Verzichtserklärung für Models
4. Eventuelle Genehmigungen
5. Schriftliches OK der Location, die dem Shooting zustimmt



IDM Südtirol

Pfarrplatz 11

I-39100 Bozen

T +39 0471 094 000

info@idm-suedtirol.com

www.idm-suedtirol.com