

Unternehmensfilm

Englisch: Corporate Video

PRODUKTION

Imagefilm für Unternehmen — Vermittelt Werte, Produkte oder Mitarbeiter an interne/externe Zielgruppen. Klassisches Mittel für B2B und HR-Kommunikation.

Der Unternehmensfilm sitzt zwischen reiner Werbung und dokumentarischer Arbeit — und genau das macht ihn tückisch. Gedreht wird nicht für Emotionen im Kino, sondern für eine HR-Abteilung, die damit Bewerber anlocken will, oder für einen Vorstand, der Investoren beeindrucken muss. Das erfordert eine andere Herangehensweise an Dramaturgie, Schnittrhythmus und visuellen Ton. In der Praxis bedeutet das: Klarheit vor Atmosphäre. Der Auftraggeber will, dass die Botschaft sitzt — nicht dass der Zuschauer rätselt. Das heißt nicht zwangsläufig langweilig. Gute Unternehmensfilme arbeiten mit starken Bildern, authentischen Mitarbeiterporträts und einem klaren narrativen Bogen. Der Unterschied zu Imagefilmen liegt oft nur in der Länge und dem Distributionskontext:

Unternehmensfilme laufen auf Messen, in Wartebereichen oder auf der Website — sie müssen also zwischen 3 und 15 Minuten funktionieren, ohne dass die volle Aufmerksamkeit garantiert ist. Beim Drehen selbst zählt Authentizität. Gecastete Darsteller wirken sofort unglaubwürdig — echte Mitarbeiter vor der Kamera sind das Material. Das bedeutet längere Drehtage, weil viel Material nötig ist, um die wenigen echten Momente herauszuschneiden. Die Beleuchtung muss professionell sein — nicht Hollywood, aber auch nicht Smartphone-Qualität. Viele Unternehmensfilme leiden unter gesichtsloser Corporate-Ästhetik. Abhilfe schafft natürliches Licht, wo immer möglich, und echte Arbeitsplätze statt Studio-Sets. Das erzeugt Glaubwürdigkeit. Im Schnitt ist Tempokontrolle entscheidend. Die Versuchung, alles unterzubringen, was der Kunde genannt hat, ist groß — ihr sollte widerstanden werden. Ein sauberer Schnitt mit Atempausen wirkt professioneller als gehetztes Jump-Cut-Chaos. Der O-Ton von Mitarbeitern trägt massiv — Menschen sprechen besser von ihrer Arbeit als vom Marketing-Geschwafel. Sound Design macht hier oft den Unterschied zwischen amateurhaft und seriös: Ambient-Sound aus den echten Räumen, keine generische Musik-Beds. Die technische Qualität — sauberes Licht, stabiler Bildaufbau, gutes Audio — ist hier kein Nice-to-have, sondern die Baseline. Der Film repräsentiert das Unternehmen.

FilmFarm - filmfarm.de/c/corporate-video