

FORUM

Das Kundenmagazin der Stieglmeyer-Gruppe



Stieglmeyer mit Kino-Flair

06. September 2021 // **Inside**

Das Herford-Porträt auf YouTube ist das erste von drei neuen Firmenvideos. Ziel der Videos ist es, einen authentischen Eindruck von der Innovationskraft und Größe unseres Unternehmens zu vermitteln.

Neue Company-Videos geben moderne und emotionale Einblicke in unser Unternehmen

Dynamisch fliegt die Kamera über den Hauptsitz der Stieglmeyer-Gruppe in Herford. Sie gleitet in die Ausstellung, umrundet die Dachterrasse im vierten Stock, schaut dem Marketing über die Schulter. Unser neues Company-Video bringt die Zuschauerinnen und Zuschauer mitten in den Alltag bei Stieglmeyer. Unsere Kreativität und Energie werden dabei ebenso deutlich wie die Freude, die wir bei der Arbeit empfinden.

Das Herford-Porträt auf YouTube ist das erste von drei neuen Firmenvideos. Kurz vor der Fertigstellung stehen zwei weitere Filme über unsere polnischen Standorte in Stolno und Kepno. Ziel der Videos ist es, einen authentischen Eindruck von der Innovationskraft und Größe unseres Unternehmens zu vermitteln. Kundinnen und Kunden lernen uns dabei ebenso kennen wie Menschen, die bei Stieglmeyer oder Burmeier arbeiten möchten.

Grundlage der Videos ist immer ein Storyboard. Die Marketing-Abteilung legt fest, was in welcher Reihenfolge gezeigt werden soll, und berät mit dem Video-Team über die beste Umsetzung. Je näher der geplante Drehtermin rückt, desto intensiver wird der Blick auf die Wetter-App. Ein bisschen blauer Himmel und ein paar Sonnenstrahlen sind unverzichtbar, wenn das Unternehmen nicht jahrelang ein wolkiges Image verbreiten möchte. Bei unserem Dreh in Herford im Herbst 2020 ging die Planung bestens auf, das Licht und der Himmel waren schön wie gemalt.

Company-Videos profitieren immens vom Einsatz moderner Kameradrohnen. Lange vorbei sind die Zeiten, als Firmensprecher vor statischen Bürowänden standen und Texte vorlasen. Heute sind Kamerafahrten und -flüge möglich, die man früher nur aus Kino-Produktionen kannte. Das Video wirkt dadurch am Ende viel informativer und emotionaler.

Texte mit der Stoppuhr

Für das Marketing-Team stellen sich durch die dynamische Technik neue Aufgaben. Wenn die Kamera an den vier Geschossen des Verwaltungsgebäudes entlangfliegt, sollte man sich vorher Gedanken über die Position Dutzender Jalousien machen. Sind sie gerade allesamt gegen die Sonne heruntergelassen? Ist womöglich ein Exemplar versehentlich in Schräglage? Im Video können solche Details viel ausmachen, also müssen zunächst alle Fensterfronten abgesprochen werden.



Das schöne Herbstwetter hielt sich am Drehtag genau an die Vorgaben des Storyboards.

Nach Abschluss der Dreharbeiten erstellt die Videofirma eine erste Schnittfassung. Dann folgt der Feinschliff: Die endgültige Reihenfolge, das genaue Timing und die Übergänge der Szenen werden festgelegt. Zugleich beginnt im Marketing auch das Verfassen des Sprechertextes. Eine Stimme aus dem Off soll genau passend zum Video wichtige Fakten präsentieren. Je bewegter die Bilder, desto einfacher und verständlicher muss die Sprache sein. Intensive Leseproben mit der Stoppuhr in der Hand sind dabei unverzichtbar.

Kein falscher „Fame“

Wenn der Text steht, sucht das Marketing passende Sprecherinnen oder Sprecher für die Sprachen Deutsch, Englisch und Polnisch aus. Dazu lauscht man intensiv den Stimmproben in einer Audiokartei: Mann oder Frau, jünger oder älter, warmer Alt oder knarrender Bass? Die Wahl muss klug getroffen werden, denn die ausgewählten Sprecher sprechen ihre Texte selbstständig in einem Studio ein. Danach gibt es nur wenige Änderungsmöglichkeiten. Ein lustiger Fehler beim Video zu unserem Standort Stolno musste aber doch korrigiert werden: Im ursprünglichen Text wurde der historische Name „Famed“ (gesprochen Fah-met) unserer polnischen Tochtergesellschaft genannt. Sowohl der deutsche als auch der englische Sprecher zögerten keine Sekunde, den Namen wie das englische Wort für „berühmt“ auszusprechen – „fäimt“. Nach kurzer Überlegung fanden wir das trotz der berühmten Qualität unserer Betten zu glamourös.

Wir hoffen, dass unsere neues Company-Video aus Herford Sie gut informiert und unterhält. Geben Sie uns ein Like und teilen Sie den Link gern mit allen Interessierten.