rezensionen:kommunikation:medien

Rezensionen aus den Bereichen Kommunikation und Medien

Wolfgang Lanzenberger, Michael Müller: Unternehmensfilme drehen

Redaktion · Donnerstag den 12. Januar 2012

Rezensiert von Detlev Dirkers

Einige Zeit schien es, als ob der Film als Medium im Handwerkskasten der Unternehmenskommunikation zu verstauben drohte. Schwerfällige Imagefilme und Produktdokumentationen, von denen es leider immer noch viele gibt, erreichten und erreichen ihre Zielgruppen immer weniger. Gefragt waren stattdessen schnelle Medien, die wie der Internetauftritt Modernität und Aktualität demonstrierten. Ein Imagefilm musste allein schon wegen der Kosten mehrere Jahre “halten”. Das hatte zur Folge, dass sich so manche Drehbücher mit Oberflächlichkeiten begnügten, um eine Weile zeitlos bestehen zu können. Seit einigen Jahren, eigentlich erst seit kurzer Zeit, setzt sich ein neues, leichteres und jüngeres Selbstverständnis für das Thema Unternehmensfilm, oder vielleicht besser und treffender als “Business Movie” bezeichnet, durch. Das ist gut so, denn das Medium Film hat eine große Zukunft.

Internet-Plattformen wie Youtube beweisen das täglich viele tausend Male. Diese virtuellen Speicherorte, inklusive der vielen anderen derzeit als besonders angesagt geltenden Social Media-Kanäle haben das Bild des Films glücklicherweise verändert. Und nicht nur die Plattformen, sondern auch die Technik hat sich grundlegend verändert und ermöglicht nun mit mehr Flexibilität Filme zu produzieren. Nicht immer mit guten Ergebnissen, aber die Experimentierfreudigkeit ist größer geworden und das kommt auch dem Unternehmensfilm zugute, der heute mehr als früher auch Geschichten erzählt, Emotionen zeigt, Mut zur Dramaturgie aufweist und nicht nur steif und garantiert ohne Überraschungen informiert – inklusive des obligatorischen Statements des Geschäftsführers, der unbedingt ins Bild muss.

Film ist wieder “in”: authentischer, kürzer, einem veränderten Rezeptionsverhalten angepasst, einfach interessanter. Da ist es gut, wenn Verantwortliche in Unternehmen und auch Agenturen auf gute Literatur zurückgreifen können, die einen bei der Planung oder Begleitung von Filmproduktionen durch das Dickicht der Informationen führt und den roten Faden bis hin zu einer fundierten Darstellung aktueller Web 2.0-Angebote zieht. *Unternehmensfilme drehen – Business Movies im digitalen Zeitalter* von Wolfgang Lanzenberger und Michael Müller gehört eindeutig in die Kategorie “gute Literatur” zum Thema Film. Es ist keine wissenschaftliche Abhandlung, sondern ein Praktikerbuch mit “Handbuch”-Potenzial.

Auf rund 300 Seiten haben die Autoren ein Lehrbuch für Einsteiger und Fortgeschrittene gleichermaßen erarbeitet, das derzeit eine der aktuellsten Zusammenfassungen der gesamten Unternehmensfilm-Thematik darstellt. Neben einer knappen theoretischen Verortung des Genres erwartet den Leser ein systematischer Einstieg in die einzelnen Produktionsschritte des gesamten Film-Entstehungsprozesses. Konsequent beschreiben und kommentieren die Autoren dabei Schritt für Schritt und ergänzen mit zahlreichen Tipps. Dabei können die Leser von den jahrelangen Erfahrungen der Autoren lernen. Und das auf eine angenehm professionelle und weder belehrende noch selbstgefällige Art. Jedes gute Drehbuch entsteht nicht allein aus einer kreativen Leitidee, es verlangt zunächst nach einer Menge analytischer Fleißarbeit.

Wer sind die Zielgruppen für den geplanten Film, welche Ziele soll er erreichen? Wie lässt sich die Idee konkretisieren? Welcher Dramaturgie soll man folgen, um Ziele und Zielgruppen optimal zu erreichen? Über die Entstehung des Drehbuchs und die konkrete Planungsvorbereitung für die späteren Dreharbeiten beschreibt das Buch alle Einzelschritte der Produktion bis hin zur Präsentation und Abnahme beim Auftraggeber und einer begleitenden Evaluation. Wie in einem Lexikon für Filmproduktion als Auftragskommunikation lässt sich so jeder Schritt durch profunde Kenntnisse nachvollziehen.

Interessant ist auch das letzte Kapitel, in dem die Autoren einen Ausblick auf die Zukunftspotenziale des Unternehmensfilms und seine Wandlungen wagen. Audiovisuelle Medien werden sich demnach in Zukunft weiter verändern und verlangen genau wie der Wandel von Unternehmenskulturen und Leitbildern nach neuen Präsentationsformen.

Eine absehbare Entwicklung ist, dass der schon heute eingeschlagene Weg der Mehrfachverwertung sich weiter ausdifferenzieren wird und wie es die Autoren schreiben, “der richtige Inhalt im richtigen Format an der richtigen Stelle in der Produktionskette bereitsteht”. Dann steht dem Unternehmensfilm auch weiterhin eine kreative Zukunft bevor. Das richtige Handwerkszeug hierzu kann sich der Leser im vorgestellten (Hand-)Buch *Unternehmensfilme drehen – Business Movies im digitalen Zeitalter* von Wolfgang Lanzenberger und Michael Müller aneignen.

Links:

- Verlagsinformationen zum Buch
- Private Homepage von Wolfgang Lanzenberger
- Webpräsenz von Detlev Dirkers an der Hochschule Osnabrück

Dieser Beitrag wurde publiziert am Donnerstag den 12. Januar 2012 um 11:50
in der Kategorie: Einzelrezension.
Kommentare können über den Kommentar (RSS) Feed verfolgt werden.

Kommentare und Pings sind momentan geschlossen.