

PITCHLEITFADEN, CORPORATE

Im Rahmen von Pitches bei Corporate Film-Projekten werden Filmproduktionsfirmen von Kunden dazu eingeladen, auf der Basis eines Briefings Angebote zu entwickeln. Ein Angebot umfasst ein oder mehrere filmische Konzepte sowie entsprechende Timings und Kalkulationen. Das Erstellen eines solchen Angebots ist mit substanziellem Aufwand verbunden. Damit dieser für alle Beteiligten in einem sinnvollen Rahmen bleibt, sind gewisse Regeln notwendig.

1. Art der Anfrage

Grundsätzlich soll ein Pitch nur auf Basis reell bestehender Aufträge durchgeführt werden.

2. Anzahl Teilnehmer

Die SWISSFILM ASSOCIATION empfiehlt folgendes Vorgehen in Abhängigkeit des Budgetrahmens:

Kleiner als CHF 80'000.--	Direktvergabe
CHF 80'000 bis CHF 200'000.--	Direktvergabe oder max. 3 Produktionsfirmen
CHF 200'000 bis CHF 400'000.--	Direktvergabe oder max. 4 Produktionsfirmen
grösser CHF 400'000.--	Direktvergabe oder max. 5 Produktionsfirmen

3. Offenlegung der Teilnehmer

Der Kunde informiert die am Pitch teilnehmenden Filmproduktionsfirmen, wer am Pitch teilnimmt.

4. Offenlegung des Budgetrahmens

Der Kunde gibt den vorgesehenen Budgetrahmen bekannt.

5. Umfang des Angebots

Ein Angebot umfasst ein oder mehrere filmische Konzepte sowie entsprechende Timings und Kalkulationen.

6. Pitch Cost Share

Die abgelehnten Angebote werden honoriert. Sofern das Projekt nach dem Pitch nicht zustande kommt, erhalten alle am Pitch beteiligten Filmproduktionsfirmen ein Pitch Cost Share, dessen Höhe ist abhängig vom Budgetrahmen. Dabei gelten folgende Richtwerte:

Budget kleiner als CHF 50'000.--	CHF 2'000.--
Budget kleiner als CHF 100'000.--	CHF 5'000.--
Budget zwischen CHF 100'000 – CHF 200'000.--	CHF 7'500.--
Budget zwischen CHF 200'000 – CHF 400'000.--	CHF 10'000.--
Budget grösser als CHF 400'000.--	CHF 15'000.--



7. Rechteübertragung

Die Verwendungsrechte der vorgeschlagenen Konzepte verbleiben bei den Rechteinhabern. Möchte der Auftraggeber Ideen aus einem abgelehnten Angebot/Konzept übernehmen, wird dies mit den Rechteinhabern separat verhandelt.

WIE REALISIERE ICH EIN CORPORATE FILM PROJEKT?

Corporate Film-Projekte umfassen Unternehmens-, Image- Erklär- und Lehrfilme, Produkt- und Brandvideos sowie diverse weitere filmische Formen für die Unternehmens- und Marketingkommunikation. Oft arbeiten bei solchen Projekten die Auftraggeber direkt mit Filmproduktionsfirmen zusammen, ohne die Unterstützung durch eine (Kommunikations-/Werbe-/Branding-) Agentur.

AGENTUR, DIREKTVERGABE ODER PITCH?

Für einen Auftraggeber stellen sich zu Beginn des Projekts folgende Fragen:

- Will ich das Projekt direkt mit einer Filmproduktionsfirma realisieren oder via eine/meine Agentur?
- Welche Leistungspakete will ich von der Filmproduktionsfirma beziehen?
- Wie finde ich die richtige Filmproduktionsfirma?

I. Zusammenarbeit via Agentur

Wird eine Agentur miteinbezogen, so ist diese typischerweise bei der Entwicklung des Briefings involviert. Je nach Kompetenzen und konkreter filmischer Aufgabe kann sie auch die Konzept- und die Drehbuch-Entwicklung übernehmen. Die Produktion erfolgt dann durch eine Filmproduktionsfirma, die entweder durch *Direktvergabe* oder über einen *Pitch* beigezogen wird.

Oft ist es alternativ dazu sinnvoller, zwar für das Briefing mit der Kommunikationsagentur zusammenzuarbeiten, danach aber die Konzept- und Drehbuch-Entwicklung einer Filmproduktionsfirma zu übertragen. So steht bereits in der Konzeptphase umfassendes filmisches Know-how in Storytelling *und* Producing zur Verfügung. Auch in diesem Fall kann der Auftrag über eine *Direktvergabe* oder einen *Pitch* erfolgen. Als Basis dazu dient das mit der Agentur entwickelte Briefing.

II. Direkte Zusammenarbeit mit einer Filmproduktionsfirma

Entscheidet sich ein Auftraggeber vom ersten Schritt an (Briefing) für eine direkte Zusammenarbeit mit einer Filmproduktionsfirma, muss vorgängig der richtige Partner dafür gefunden werden. Das kann auf verschiedene Art erfolgen:

1. Direktvergabe

- Recherche potenzieller Filmproduktionsfirmen erstellen Longlist/Shortlist
- Chemistry Meetings: Gegenseitiges Kennenlernen, prüfen des Leistungsportfolios (nicht alle Filmproduktionsfirmen bieten alle o.e. Leistungspakete), kennenlernen der Prozesse
- Auswahl der Filmproduktionsfirma
- Umsetzen des Filmprojekts gem. den o.e. Leistungspaketen

2. Pitch (Wettbewerb)

Ein Angebot umfasst ein oder mehrere filmische Konzepte sowie entsprechende Timings und Kalkulationen. → *Pitch-Leitfaden beachten*. Vorgehen:

- Erstellen des Briefings
- Freigabe des Briefings durch oberste Entscheidungsinstanz
- Recherche potenzieller Filmproduktionsfirmen, erstellen Longlist/Shortlist
 - Einladung zum Pitch von 2 bis max. 5 Filmproduktionsfirmen
 - Durchführung vom Pitch:
 - Re-Briefing/Briefingbesprechung
 - Persönliche Präsentation der Konzepte durch Filmproduktionsfirmen bei Entscheidungsgremium
 - Entscheid

EINSCHÄTZUNG DER VORGEHENSWEISEN MIT VOR- UND NACHTEILEN

A Direktvergabe

Vorteile

- Filmproduktionsfirma unterstützt Kunde bereits in der Briefingentwicklung
- Konzeptentwicklung findet auf soliderem Fundament statt (kostenoptimiertes Storytelling, Einbezug produktionstechnischer Faktoren, Verfügbarkeit von langjährigen Erfahrungswerten, etc.)
- Offener Dialog möglich: Stärken, Schwächen, Chancen und Gefahren von Konzepten können ohne Druck thematisiert werden
- Zeitlich tiefere Belastung für Auftraggeber (Auseinandersetzung mit nur einem Partner statt mit mehreren)
- «Chemie» erhält höheres Gewicht und führt zu besserem gegenseitigem Verständnis
- Oftmals vertrauensvollere Zusammenarbeit
- Umfassendes Film-Know-how steht in allen Phasen zur Verfügung

Nachteile

- Kreativwettbewerb spielt allenfalls weniger, je nach Ausgestaltung (um diesen Nachteil auszugleichen empfiehlt es sich, mit der Filmproduktionsfirma zu vereinbaren, dass sie eine bestimmte Anzahl an Konzeptvorschlägen unterbreitet)

B Pitch (Wettbewerb)

Vorteile

- Kreativwettbewerb, je nach Ausgestaltung breitere kreative Angebote
- Einhalten allfälliger interner (resp. bei öffentlichen Auftraggebern gesetzlicher) Vorgaben/Regeln



Nachteile

- Keine Begleitung des Briefingprozesses
- Keine Unterstützung des Entscheidungsprozesses, welches der präsentierten Konzepte umgesetzt werden soll, dies ist wichtig, weil das Erkennen relevanter Stärken und Schwächen filmischer Konzepte anspruchsvoll ist
- Dialog ist weniger offen, bei der Selbsteinschätzung werden teilnehmende Filmproduktionsfirmen stets nur die Stärken ihrer Konzepte aufzeigen, kaum aber deren Schwächen
- Aufwändiger für Auftraggeber
- Kosten für Abgeltung aller Wettbewerbsteilnehmer
- Gewisse Filmproduktionsfirmen nehmen prinzipiell nicht an Pitches teil, oder nur an einer kleinen Anzahl pro Jahr