

Pitchleitfaden Corporate



Inhaltsverzeichnis



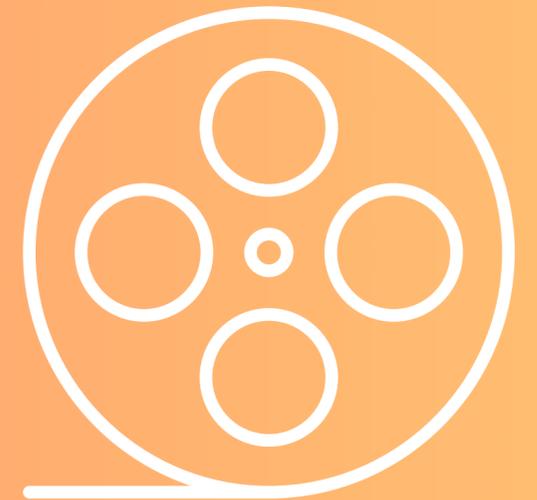
1	Intro	Seite 3	6	Umfang Angebot	Seite 8
2	Art der Anfrage	Seite 4	7	Pitch Cost Share	Seite 9
3	Anzahl Teilnehmende	Seite 5	8	Rechteübertragung	Seite 10
4	Offenlegung Teilnehmende	Seite 6	9	Realisation Corporate Film-Projekt	Seite 11
5	Offenlegung Budgetrahmen	Seite 7	10	Einschätzung der Vorgehensweisen	Seite 15

1 Intro



Im Rahmen von Pitches bei Corporate Film-Projekten werden Filmproduktionsfirmen von Kund:innen 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 Aufwand für alle Beteiligten in einem sinnvollen Rahmen bleibt, sind gewisse Regeln notwendig. Diese Regeln sind auch in anderen Ländern üblich und dort im jeweiligen Pitchleitfaden festgehalten.



2 Art der Anfrage



Grundsätzlich soll ein Pitch nur **auf Basis eines reell bestehenden Auftrags** durchgeführt werden.



3 Anzahl Teilnehmende



Die Swissfilm Association empfiehlt folgendes Vorgehen in Abhängigkeit des Budgetrahmens:

- **Kleiner als CHF 80 000.–**
Direktvergabe
- **Grösser als CHF 80 000.–**
Direktvergabe oder max. 3 Produktionsfirmen



4 Offenlegung Teilnehmende



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



5 Offenlegung Budgetrahmen



Der Kunde oder die Kundin **gibt den vorgesehenen Budgetrahmen bekannt.**



6 Umfang Angebot



Ein Angebot umfasst:

- ein oder mehrere **filmische Konzepte**
- entsprechende **Timings und Kalkulationen**



7 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**. Der Share wird von der Produktion – den Aufwänden entsprechend – an die Leistungsträger vergütet, wie z.B. an die Directors.
- Die Höhe vom Pitch Cost Share ist abhängig vom Budgetrahmen.

Dabei gelten folgende Richtwerte:

Budget von
CHF 80 000 bis CHF 200 000.–

CHF 5 000.–

Budget grösser als
CHF 200 000.–

CHF 8 000.–



8 Rechteübertragung



Die Verwendungsrechte der vorgeschlagenen Konzepte **verbleiben bei den Rechteinhaber:innen**. Möchte der:die Auftraggeber:in Ideen aus einem abgelehnten filmischen Konzept übernehmen, wird dies mit den Rechteinhaber:innen **separat verhandelt**.



9 Realisation 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** (inkl. Interne-, Strategische-, Employer- und ähnliche Kommunikationsformen).

Oft arbeiten bei solchen Projekten die **Auftraggeber:innen direkt mit Filmproduktionsfirmen zusammen**, ohne Unterstützung durch eine Kommunikationsagentur.

Für eine:n Auftraggeber:in stellen sich somit zu Beginn des Projekts folgende Fragen:

- Soll das Projekt direkt mit einer Filmproduktionsfirma oder mit einer Kommunikationsagentur realisiert werden?
- Wie findet man die richtige Filmproduktionsfirma?





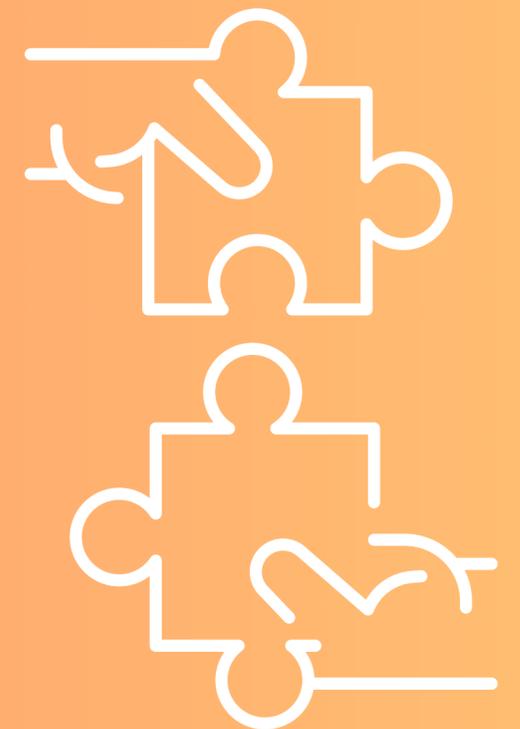
Zusammenarbeit mit Agentur

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 Drehbuch-Entwicklung übernehmen**. Die Produktion erfolgt dann durch eine Filmproduktionsfirma, die entweder durch **Direktvergabe oder Pitch** beigezogen wird.

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

Über die Rolle der Agentur muss Klarheit herrschen:

- Erteilt sie den Auftrag oder handelt sie namens des oder der Kund:in?
- Hat sie eine Vollmacht dafür?
- Ist sie entscheidungsberechtigt oder bleibt der Entscheid der/dem Kund:in vorbehalten?
- Zahlt die Agentur oder der/die Kund:in?



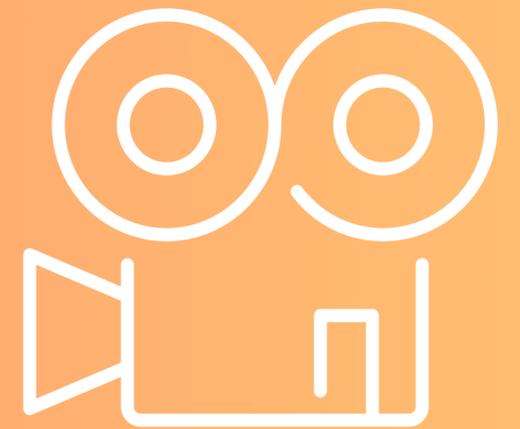


Direkte Zusammenarbeit mit Filmproduktion

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

1. Direktvergabe

- Recherche potenzieller Filmproduktionsfirmen erstellen, Longlist/Shortlist
- Chemistry Meeting, gegenseitiges Kennenlernen, prüfen des Leistungsportfolios (nicht alle Filmproduktionsfirmen bieten alle erwähnten Leistungspakete an), kennenlernen der Prozesse
- Auswahl der Filmproduktionsfirma
- Entwickeln und umsetzen des Filmprojekts





2. Pitch

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

Vorgehen:

- Erstellen des Briefings
- Freigabe des Briefings durch oberste Entscheidungsinstanz
- Recherche potenzieller Filmproduktionsfirmen, erstellen Longlist/Shortlist
- Einladung zum Pitch von max. 3 Filmproduktionsfirmen
- Durchführung vom Pitch:
 - Re-Briefing / Briefing-Besprechung
 - Präsentation der Konzepte durch Filmproduktionsfirmen bei Entscheidungsgremium
 - Entscheid



10 Einschätzung der Vorgehensweisen



Direktvergabe – Vorteile

- Filmproduktionsfirma unterstützt Kund:in bereits in der Briefing-Entwicklung
- Konzeptentwicklung findet auf solidem Fundament statt – kostenoptimiertes Storytelling, Einbezug produktionstechnischer Faktoren, Verfügbarkeit von langjährigen Erfahrungswerten, umfassendes Film-Know-how
- Offener Dialog möglich: Stärken, Schwächen, Chancen und Gefahren von Konzepten können ohne Druck thematisiert werden
- Zeitlich tiefere Belastung für den oder die Auftraggeber:in (Auseinandersetzung mit nur eine:r Partner:in statt mit mehreren)
- «Chemie» erhält höheres Gewicht und führt zu besserem gegenseitigen Verständnis
- Oftmals vertrauensvollere Zusammenarbeit (trotzdem sind klare Absprachen wichtig)



Direktvergabe – Nachteile

Kreativwettbewerb ist allenfalls weniger vorhanden. Um diesen Nachteil auszugleichen, empfiehlt es sich, mit der Filmproduktionsfirma zu vereinbaren, dass eine bestimmte Anzahl an Konzeptvorschlägen unterbreitet werden.



Pitch – Vorteile

- Kreativwettbewerb, je nach Ausgestaltung breitere kreative Angebote
- Einhalten allfälliger interner, bei öffentlichen Auftraggeber:innen gesetzlicher Vorgaben und Regeln

Pitch – Nachteile

- Keine Begleitung des Briefing-Prozesses
- 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:in
- Kosten für Abgeltung aller Wettbewerbsteilnehmenden
- Gewisse Filmproduktionsfirmen nehmen prinzipiell nicht an Pitches teil, oder nur an einer kleinen Anzahl pro Jahr

