

Checkliste für eine Corporate Video Identity

Zu jeder Organisation, die langfristige Bewegtbildstrategien verfolgt, gehört eine detaillierte Corporate Video Identity (CVI). Sie stellt nicht nur sicher, dass die Marke ein konsequentes visuelles Erscheinungsbild erhält. Sie leitet die Mitarbeiter bei der Produktion an, quasi als Handbuch. Wiederkehrende einheitliche Prozesse sparen langfristig Kosten und machen Produktionen besser vergleichbar.

Welche Punkte für die CVI unabdingbar und zu vernachlässigen sind, hängt stark von den Zielen des Unternehmens und der individuellen Bewegtbildformate ab, die regelmäßig zum Einsatz kommen. Anhand des folgenden Beispiels zeigt Ihnen Regiepapst die wesentlichen Punkte, die für Videostatements von Führungskräften fachkundig definiert werden sollten.

Bei Einführung einer CVI empfiehlt es sich, die Mitarbeiter in einem praxisnahen Workshop zwei Tage lang zu schulen und die richtige Anwendung individuell zu vermitteln.

Pre-Production

- Briefing
- Kleidungsstil
- Skript

Produktion

- Kameraperspektiven
- Kamerapositionen
- Einstellungsgrößen
- Blickrichtung der Protagonisten
- Beleuchtung / Lichtplan
- Location und Stil
- Technik und Personal

Postproduktion

- Layout, Format und Stil grafischer Elemente wie z.B. Infografiken
- Templates und Vorlagen
- Corporate Design Manual
- Corporate Intro/Outro
- Corporate Typo (Grad, Art, Farbe, Schnitt)
- Corporate Content (Wording)
- Corporate Sound

Wichtiger Hinweis

Jede CVI ist genauso individuell wie Ihre Organisation am Markt. Diese Checkliste soll nur einem groben Überblick dienen. Eine Vollständigkeit aller möglichen Punkte einer CVI wäre wegen dem hohen Umfang hier wenig zielführend.