



**TECHNISCHE
UNIVERSITÄT
DRESDEN**

Medienzentrum

FILM- UND VIDEOPRODUKTIONEN

**LEITFADEN FÜR DIE ERSTELLUNG VON FILM- UND
VIDEOPRODUKTIONEN AN DER TU DRESDEN**

TU Dresden
Medienzentrum

Strehleener Str.22/24
01069 Dresden

Telefon: +49 351 463 32772/ 34963
E-Mail: medienzentrum@tu-dresden.de

<http://mz.tu-dresden.de>

**MEDIEN
ZENTRUM**



**DRESDEN
concept**
Exzellenz aus
Wissenschaft
und Kultur

Leitfaden Film-/ Videoproduktion an der TU Dresden

Der nachfolgende Leitfaden soll Ihnen helfen Ihr geplantes Filmprojekt innerhalb der TU Dresden zum Erfolg zu führen. Die Abteilung Mediendesign und -produktion des Medienzentrums der TU Dresden unterstützt Sie gerne bei Fragen zu Ihrem Filmprojekt und kann auch die Produktion Ihres Films für Sie übernehmen.

1 Kurzbriefing des Filmprojekts

Die Erstellung eines ersten Kurz-Briefings, welches mindestens die nachfolgenden Punkte enthält bildet die Grundlage für die interne Kommunikation des geplanten Film-/ Videoprojekts. Nachfolgende Fragen sollten grundlegend beantwortet werden bevor Sie mit Ihrem Projekt starten.

1.1 Anlass

Was ist der konkrete Anlass für Ihren geplanten Film/ Video?

1.2 Ziel

Welche inhaltlichen und emotionalen Ziele sollen durch den Film/ das Video erreicht werden?

1.3 Zielgruppe

Für welche Zielgruppe ist der Film/ das Video gedacht?

1.4 Absender

Wer soll als Absender der Kommunikationsbotschaft wahrgenommen werden?

1.5 Botschaft

Welche Kernbotschaft(en) sollen durch den Film/ das Video vermittelt werden?

1.6 Art

Welche Art von Film ist geeignet/ gewünscht. Ist Film/ Video innerhalb des gesamten Kommunikations-Mix wirklich die geeignete Form?

Für die Erstellung eines umfänglichen, qualifizierten Film-Briefings – für die Auftragsvergabe – finden Sie im Anhang einen entsprechenden Leitfaden.

2 Ablauf Konzeption & Produktion eines Films

Die Produktion eines Films oder Videos ist ein komplexer Vorgang, der sich in folgende aufeinander aufbauenden Produktionsschritte gliedern lässt. Je nach Produktionsphase werden die Aufgaben von unterschiedlichen Projektbeteiligten wahrgenommen.

2.1 Bedarfsbestimmung

Auftraggeber/ Absender (AG):

Erstellung eines (internen) Vorbriefings und eines darauf aufbauenden ausführlicheren Erst-Briefings für die externe Kommunikation und die Produzentensuche.

2.2 Partnersuche/ Ausschreibung

AG, Medienzentrums, zentraler Beschaffung:

Ausschreibung und Angebotsanfrage mit dem bzw. basierend auf dem Erst-Briefing. Bestimmung des Filmproduzenten. Erstbesprechung. Beratung durch das Medienzentrums der TU Dresden.

2.3 Konzeptphase/ Planung (Pre-Production)

AG, Produzent, zuständige Stellen der TU Dresden:

Durch den Filmproduzenten wird zunächst ein Re-Briefing erstellt welches dann die Grundlage für die Ausarbeitung des Konzepts in Form eines Exposé bildet. Auf das Exposé folgt Script/ Drehbuch, evtl. Storyboard und Drehplan. Alle Texte und Grafiken werden inhaltlich bestimmt. Darsteller, Locations, Sprecher etc. werden ausgesucht und gebucht. Durchgängige inhaltliche Abstimmung mit den zuständigen Stellen der TU Dresden.

2.4 Realisation (Production, Post-Production)

2.4.1 Production

AG, Produzent:

Basierend auf Script und Drehplan wird mit der Produktion des Films/ Videos begonnen.

2.4.2 Post-Production:

AG, Produzent:

Der Film wird geschnitten, vertont, Grafiken werden eingeführt und einen vor-finale Version erstellt.

2.4.3 Finalisierung

AG, Produzent, Medienzentrums:

Die finale Version wird nach einer Endabnahme freigegeben.

Beratung zur Endabnahme durch das Medienzentrums der TU Dresden.

2.5 Distribution, Archivierung

AG, Produzent:

Die final abgenommene Version wird entsprechend der Nutzung Konfektioniert, verteilt und archiviert.

3 Erscheinung und Inhalt im Rahmen der CI der TU Dresden

Jeder Film/ jedes Video vertritt die TU Dresden immer als Teil ihrer Gesamt-erscheinung und ist damit für die Außenwahrnehmung der TU Dresden als Ganzes mitverantwortlich. Deshalb sollte darauf geachtet werden, dass der Film/ das Video sowohl in der inhaltlichen als auch in der formalen Ausgestaltung den entsprechenden Vorgaben der TU Dresden entspricht. Im Einzelnen sollte auf folgende Punkte geachtet werden und folgende Serviceeinrichtungen sind dabei einzubeziehen:

3.1 Medienzentrum – Abteilung Mediendesign und -produktion:

Beratung und Begleitung des Briefing und der Schlussabnahme bei externen Auftragnehmern.

3.2 Dezernat 7 – Strategie und Kommunikation:

Beratung, Briefing und Korrekturen zu

SG 7.4 – Translation Office: Peter Krüger, Übersetzungskoordinator

SG 7.2.4 – Corporate Design: Anja Knöfel, Leitung Corporate Design

SG 7.2.1 – Pressestelle, insbesondere Social Media & Web: Claudia Vojta, Pressereferentin

3.3 Stabsstelle Diversity Management:

Chancengleichheit, Gleichstellung und Barrierefreie Kommunikation

4 Anhang

4.1 Leitfaden ausführliches Filmbriefing

4.2 Technische Anforderungen

4.3 Hinweise zu Nutzungsrechten

4.4 Hinweise zum Persönlichkeits- und Eigentumsrecht

Anhang

4.1 Leitfaden ausführliches Filmbriefing

Die nachfolgenden Fragen zu Ihrem geplanten Filmprojekt sollen Ihnen bei der Erstellung eines ersten Briefings helfen. Dieses dient als erste Gesprächsgrundlage für die weitere Konzeption Ihres Films und als Basis für die Erstellung einer ersten Kostenkalkulation bzw. eines Angebots. Das erste Briefing ist selbstverständlich nur als Ausgangspunkt für die weitere Ausarbeitung des Konzepts zu verstehen und stellt keine abschließende Festlegung hinsichtlich der kreativen Umsetzung des Films dar. Aufbauend auf dem Erst-Briefing sollte der Produzent ein entsprechendes Re-Briefing, welches sein Verständnis Ihres Projekts, wiedergibt erarbeiten. Nach beidseitigem Abgleich von Briefing und Re-Briefing kann eine erste Kalkulation bzw. ein Angebot zu Ihrem Filmprojekt erstellen und im Anschluss ein Exposé mit der ersten Filmidee ausarbeitet werden.

Briefing-Fragen:

I Informationen zum Auftraggeber/ Absender des Films

1. Wer ist Auftraggeber des Films (z.B. Institution, Lehrstuhl oder Unternehmen)
2. Welche Personen sind auf Seite des Auftraggebers zuständig (namentliche Nennung des oder der direkten Ansprechpartner)?
3. Wer ist Absender der zu kommunizierenden Inhalte (Wer oder Was wird als der Absender der durch den Film zu kommunizierenden Botschaft durch den Betrachter wahrgenommen – kann durchaus von Punkt 1 abweichen)?

II Informationen zum Projekt/ Projekt Anlass

1. Anlass/ Zweck des Filmprojekts (warum soll der Film produziert werden)?
2. Welche angestrebte Lebens-/ Nutzungsdauer soll der Film haben (soll der Film z.B. nur für einen bestimmten aktuellen Anlass genutzt oder über mehrere Jahre gezeigt werden)?
3. Soll der Film inhaltlich modular aufgebaut sein um ihn zukünftig besser anpassen oder aktualisieren zu können?
4. Gibt es bereits einen Arbeitstitel für den Film?

III Informationen zu den Inhalten/ Kommunikationszielen/ Zielgruppen

1. Was ist die übergeordnete Kernbotschaft, was sind die Kernbotschaften des Films (möglichst nicht mehr als drei)?
1. Welche konkreten Inhalte sollen dargestellt werden?
2. Wer ist die Zielgruppe des Films?
3. Welche emotionale Wirkung soll der Film auf die Zielgruppe haben, auf welche Gefühlsebene soll die Zielgruppe angesprochen werden (der Film soll z.B. mitreißend, motivierend, Vertrauen erweckend, fröhlich, lustig, ernsthaft o.ä. sein)?
4. Welche Points of Screening sind geplant (z.B. Internet-Streaming, Einbindung in Website oder ELearning-Portale, Messefilm, TV-Ausstrahlung, Kino-Werbung etc.)
5. Sollen mehrere Sprachversionen erstellt werden?

IV Anforderungen an die technisch/ gestalterische Umsetzung des Film

1. Welches Umsetzungs-Niveau wird insgesamt angestrebt (von Hollywood über übliche Imagefilmdarstellung bis Handkamera-Video – frei formuliert, sollte einen Eindruck von der Erwartung an die Gesamtumsetzung geben)?
2. Welche Länge soll der Film in etwa haben?
3. Welche konkreten CI-Vorgaben des Auftraggebers sind einzuhalten (bezieht sich auf z.B. Farb-, Grafik-, Schriftvorgaben o.ä.)?
4. Soll bereits vorhandenes Filmmaterial mit eingebunden werden (z.B. Archivmaterial des Auftraggebers oder anderer bekannter Stellen)?
5. Sind Grafiken/ Animationen zu integrieren bzw. zu erstellen (z.B. Schema-Grafiken, erklärende Animationen o.ä.)?
6. Gibt es besondere Anforderungen an die technische Umsetzung (z.B. bestimmte Seitenverhältnisse, Auflösungen, Endformate, Codecs o.ä.)?

V Anforderungen an die organisatorische/ budgetäre Umsetzung des Films

1. Geplanter Fertigstellungstermin?
2. Gibt es bestimmte fixe Dreh-Termine?
3. Gibt es bestimmte Dreh-Locations?
4. Gibt es bestimmte Personen, die im Film vorkommen müssen?
5. Gibt es einen Budget-Rahmen oder Budget-Obergrenzen für das Projekt?

Anhang

4.2 Technische Mindestanforderungen

4.2.1 Seitenverhältnis und Bildbereiche

Das Seitenverhältnis des Films sollte 16:9 sein. Bei der Bildgestaltung ist auf die Einhaltung folgender Randabstände für bildwichtige Teile zu achten:

Action Safe: 5% Randabstand

Titel Safe: 10% Randabstand

Bei anderen Seitenverhältnissen als 16:9

Action Safe: 10% Randabstand

Titel Safe: 20% Randabstand

4.2.2 Auflösung

Der Film sollte mindestens in HD, also 720p produziert werden. Dies entspricht einer Bildauflösung von 1280 x 720 Bildpunkten. Bildwiederholrate 25 oder 50 Bilder progressive.

4.2.3 Codec/ Dateiformat

Masterformat: min. Apple ProRes 422 oder Avid DNxHD 120.

Streaming: H.264 8 bis 16 Mbit/s

DVD: PAL DV Progressive, MPEG2-DVD

Blu-Ray: H.264 Blu-Ray, HD 720p 50 fps oder HD 1080p 25 fps

4.2.4 Audioformat

PCM-Audio, 48 KHz, 16 bit, Stereo

Anhang:

4.3 Hinweise zu Nutzungsrechten

Die an dieser Stelle gegebenen Hinweise zu Nutzungsrechten sind allgemeiner Natur und ersetzen keine Rechtsberatung.

Die folgende Auflistung ist nicht abschließend und Sie sollten sich nach Möglichkeit an ein auf Nutzungsrechte spezialisierte Anwaltskanzlei wenden.

4.3.1 Nutzungsrechte am Filmwerk:

Der Produzent sollte Ihnen den gesamten Film frei von Rechten Dritter übergeben und Ihnen dies auch vertraglich bestätigen.

4.3.2 Nutzungsrechte an verwendetem Material:

Jegliches im Film gezeigte oder zu Gehör gebrachte Material sollte hinsichtlich seiner rechtlichen Verwendbarkeit überprüft werden. Zeigen Sie nur Material, von dem Sie sicher sind, dass Sie auch die entsprechenden Nutzungsrechte besitzen. Bei Musikstücken werden unter Umständen GEMA-Beiträge fällig. Es empfiehlt sich GEMA-freie Musik zu verwenden.

Anhang:

4.4 Hinweise zum Persönlichkeits- und Eigentumsrecht

Die an dieser Stelle gegebenen Hinweise zu Persönlichkeits- und Eigentumsrecht sind allgemeiner Natur und ersetzen keine Rechtsberatung.

Die folgende Auflistung ist nicht abschließend und Sie sollten sich nach Möglichkeit an ein auf Nutzungsrechte spezialisierte Anwaltskanzlei wenden.

4.4.1 Persönlichkeitsrecht

Grundsätzlich brauchen Sie von jeder im Film gezeigten Person deren ausdrückliche Einwilligung. Diese sollten Sie möglichst in eindeutiger, schriftlicher Form vorab einholen. Bedenken Sie, dass eine einzige, im Nachhinein zurückgezogene oder nicht gegebene Einwilligung, Ihren gesamten Film unbenutzbar machen kann!

4.4.2 Grundstücke und Räumlichkeiten

Für Dreharbeiten auf nichtöffentlichen Grundstücken und in privaten/nichtöffentlichen Räumlichkeiten benötigen Sie eine Drehgenehmigung und eine Freigabe für die Nutzung des gedrehten Materials durch den jeweiligen Eigentümer.

4.4.3 Kunstwerke

Für Kunstwerke im privaten und öffentlichen Raum sind oftmals besondere Nutzungsfreigaben durch den Künstler oder seine Rechtsnachfolger erforderlich.