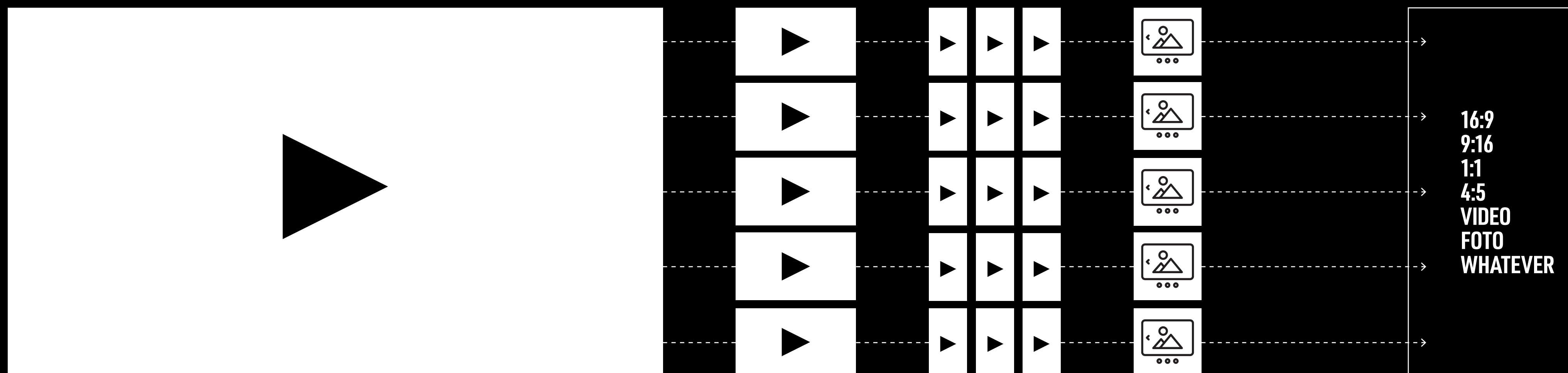


**FINAL.**

# WHAT WE DO? BIG PICTURES.



Unser Standard: Personelle Kompetenz und technische Leistungsfähigkeiten, um Videoprojekte end-to-end abbilden zu können (vom Briefing durch die Kreativagentur über Projektplanung und PPM bis zur ausspielbereiten Auslieferung der Videodateien). Auf den nachstehenden Folien finden Sie einen Überblick auf unser gesamtes Team, sowie Qualifikationen der voraussichtlich im Projekt eingesetzten Mitarbeiter:innen sowie über unsere technische Ausstattung.





# SOME CLIENTS YOU KNOW.



**44 AWARDS.**  
+ 36 SHORT LISTS.  
+ 21 NOMINIERUNGEN.

# TASKS AND SOLUTIONS.

## **PROJEKTMANAGEMENT**

- Projektplanung & Koordination
- Zusammenarbeit mit Agenturen & Drittdienstleistern
- Kundentermine & Korrespondenz (u.a. Pre-PPM)

## **KREATION**

- Konzeptentwicklung
- Drehbuch- & Storyboarderstellung
- Markenaufbau
- Kunden- & Wettbewerbsanalyse
- Kampagnen- & Brand-Building-Konzeption

## **VORPRODUKTION**

- Dreh- & Produktionsplanung
- Casting
- Motiv-Recherche
- Location-Scouting
- Rechteabwicklung
- Genehmigung

## **PRODUKTION**

- Werbefilm
- Employer- & Recruiting-Film
- Social-Media-Content
- Vertical-Video
- Erklär- & Animationsfilm
- Fotografie

## **POSTPRODUKTION**

- Editing
- Colorgrading
- VFX
- Motion-Graphic
- Voice-Recording
- Sounddesign

# EQUIPMENT AND STUFF.

## KAMERAS

- ARRI AMIRA
- BLACKMAGIC POCKET 6K
- SONYF65
- SONY FX3

## OBJEKTIVE

- SIGMA CINE ZOOM 18-35, 50-100
- DZOFILM Pictozoom 20-55, 50-125
- Tokina 11-20 PL T3.0

## KAMERAZUBEHÖR

- FOTOTASCHE DSLR Set
- LAOWA 24mm f14-40 PL
- Teradek 500XT Set im Koffer
- Teradek 750 LT 4K Set im Koffer
- Teradek Funkschärfe Set im Koffer

## DROHNE

- DJI mavic 3 pro cine premium

## GOPRO

- Gopro 9
- Gopro 6
- Gopro 5

## GIMBAL

- DJI RS3 Pro Combo
- Gimbal
- Tilta Ring + V-Mount Speisung
- Accessory Case

## KAMERASTATIVE

- Sachtler FSB8
- Sachtler 18p
- Sachtler 25p
- Rollei Fotostativ

## MONITORING

- SMALLHD 702 BOLT
- TV Logic 58W
- ATOMOS SHINOBI
- SONY LMD24 Regiemonitor
- ATOMOS SUMO REGIEMONITOR

## LICHT

- Aputure 300x
- Aputure 600d
- Aputure 1200d + 3er Reflector
- FalconEyes RX-818
- Aputure Bulb
- Aputure MC´s im Koffer
- Aputure Spotlightmount
- Aputure Fresnel
- Aputure Tore
- 90er Dome
- 150er Dome
- Lantern

## LICHTSTATIVE

- Combo Roller
- Stahler
- Alu manfrotto
- C-Stand gr
- C-Stand kl
- Avenger Studioroller
- Extension gr
- BabyBoy

## TON

- Rode Blimp + Katze
- Rode NTG2
- SD MixPre III
- Zoom F4
- Sennheiser EW 100 G3 Paar
- Sennheiser SKAVX Paar
- Blimp + Sennheiser 8060 + Katze

## KABEL

- PRCDS
- Knochen
- 10m Schuko
- 20m Schuko

## GRIP

- GoboHead
- Uniklemme + Zapfen
- Styrogabel
- MiniClamp

## MATTEBOX

- Tilta MB T12 + Frameings + Frenchflag

## CARMOUNT

- Panther Multimount

## EASYRIG

- VC582A + Queen Tasche

## RODS

- Paar 25cm Carbon
- Paar 30cm
- Paar 40cm

## NEBELMASCHINE

- Scotty II
- Fluid

+++

diverses weiteres Zubehör



**WERBUNG IST IMMER  
DANN SCHLECHT, WENN  
SIE ALLES TUT, UM ZU  
VERKAUFEN, ABER NICHTS,  
UM ZU UNTERHALTEN.**

# VIDEOCONTENT. THIS IS HOW WE DO IT.

Um den optimalen Aufbau eines Videos zu gewährleisten sind die nachfolgenden Inhalte über die Struktur zu beachten.



ONE  
CONTENT  
PIECE

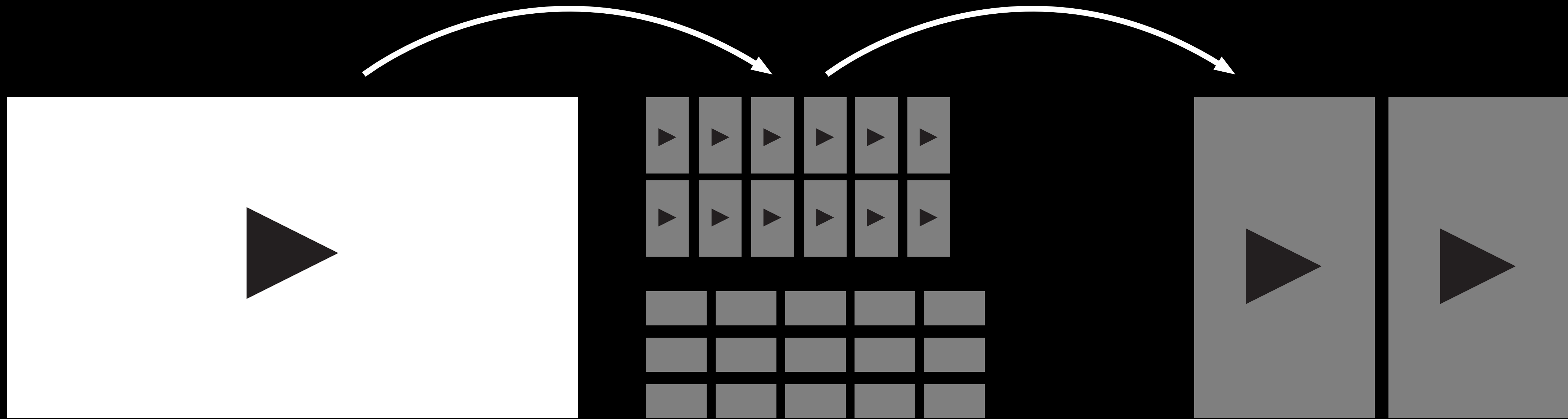
**HOOK.  
HAUPTTEIL.  
BOTSCHAFT.  
MUSIK & TON.  
VISUALS.  
INTERAKTION.  
CALL TO ACTION.  
ABSCHLUSS.  
TEXTE.**

# BASICS.

Jede Plattform spricht ihre eigene Sprache. Jedoch reicht ein Cut-Down aus dem Hauptvideo heutzutage nicht mehr aus.

Abwechslung, Diversität und verschiedene Videos & Formate bilden die Grundvoraussetzungen im Social-Media-Game. Diese finden sowohl einen inhaltlichen Bezug im Content, als auch in der Erzählweise und das stets unter Berücksichtigung der formatspezifischen Details der jeweiligen Plattform wie Safezones etc.





## HERO

Ausspielung eines Hauptvideos (z.B. Image- / Brandfilm) oder der Folge (falls Serienproduktion) als erster Touchpoint in der Bewerber-Journey. Je nach Voreinstellung wird der Zielgruppe ein weiterer Content-Piece ausgespielt (z.B. nach 75 % Watchime.)

## ADS & CUTDOWNS

Um die Zielgruppe in der Bewerber-Jourey erneut abzuholen, nutzen wir aus dem Material des Hero- / Brandfilms bzw. der Folge kleine Teilbereiche, kürzen diese auf ein Hauptmerkmal runter und platzieren eine Call-To-Action. Auch Stills (statische Bilder) aus dem Film kommen hier inkl. CTA zum Einsatz.

## STORIES & SHORTS

Unterstützend zum "High-Glossy" Filmmaterial konzipieren und / oder produzieren wir plattformspezifischen Content, der aktuelle Themen (z.B. Top-Jobs) bedient, um die Zielgruppe an einer weiteren Stelle auf ihrer eigenen Sprache abzuholen.

# CONTENT PIECES BEISPIEL: IMAGEFILM



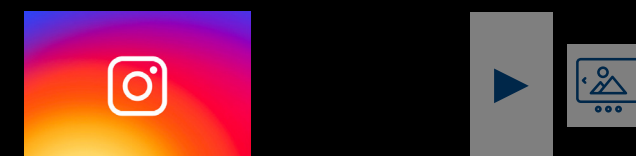
- Hero- / Brand - / Imagefilm
- Cutdowns als Paid Ads



- Cutdowns als Paid (Dark) Ads
- Postings z.B. "Moods & Facts"  
(Stills aus der Videoproduktion oder noch besser gezielt produzierte Standfotos inkl. Jobspezifischen Call-To-Actions bzw. zusätzlichen Informationen wie z.B. Standorten etc.)



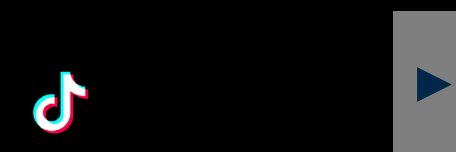
- Hero- / Brand - / Imagefilm
- Cutdowns als Paid Ads



- Cutdowns als Paid (Dark) Ads
- Short-Format z.B. BTS, FAQ, Fun Facts, o. ä.
- Postings z.B. "Moods & Facts"  
(Stills aus der Videoproduktion oder noch besser gezielt produzierte Standfotos inkl. Jobspezifischen Call-To-Actions bzw. zusätzlichen Informationen wie z.B. Standorten etc.)



- Cutdowns als Paid (Dark) Ads
- Short-Format z.B. BTS, FAQ, Fun Facts, o. ä.



- Cutdowns als Paid (Dark) Ads
- Short-Format z.B. BTS, FAQ, Fun Facts, o. ä.

1

### **ZIELGRUPPENANALYSE.**

Wir identifizieren eure Zielgruppe(n) genau. Wer sind potenzielle Bewerber oder Zuschauer / Multiplikatoren um an eure Zielgruppe zu gelangen? Welche Plattformen nutzen sie am häufigsten?

2

### **CONTENT ANALYSE.**

Wir stellen sicher, dass der produzierte Bewegtbildinhalt für die jeweilige Plattform geeignet ist. Hierbei sind immer die Länge, der Stil und die Botschaft des Videos zu beachten. Alles natürlich immer abhängig vom Format und der ausgewählten Plattform.

3

### **PLATTFORMAUSWAHL.**

Gemeinsam mit Euch legen wir die Fokusplattformen fest, die am besten zu eurer Zielgruppe passen. Je nach Job und der damit einhergehenden Zielgruppe empfehlen im Bereich Recruiting immer Fokusplattformen (z.B. YouTube, Instagram, LinkedIn) sowie sekundäre Plattformen (z.B. Facebook, TikTok, Snachat) zu bespielen.

4

### **KANALOPTIMIERUNG.**

Wir passen euren Bewegtbildinhalt und alle Formate an die Anforderungen und Best Practices der ausgewählten Plattformen an. Dies kann die Anpassung der Videoauflösung, der Länge, der Untertitel, der Platzierung von Keyelementen in den jeweiligen Safezones und anderer Elemente beinhalten.

# 5

## **MEDIAPLANUNG.**

Gemeinsam mit der betreuenden Mediaagentur erstellen wir einen Zeitplan für die Veröffentlichung eurer Videos auf den ausgewählten Plattformen. Hier werden natürlich u.a. auch die besten Zeiten, um deine Zielgruppe zu erreichen und die jeweilige Botschaft zu transportieren, berücksichtigt.

# 6

## **TEASER / CUTDOWNS.**

Neben den Videos erstellen wir (falls es das Format hergibt) kurze Teaser oder Vorschauen, die neugierig auf den Hauptinhalt (Hero-clip, Landingpage, Aktion) machen und die Aufmerksamkeit der Zuschauer auf sich ziehen.

# 7

## **SHORTS & STORYS.**

Um den Unterhaltungsfaktor hochzuhalten, produzieren wir plattformsspezifische, zur Kampagne passende Zusatzformate als Kurzvideos in 9:16. Hier geht es darum schnell und prägnant Botschaften zu vermitteln und Formate / Kampagnen in der Sprache der jeweiligen Plattform "anders" zu verlängern.

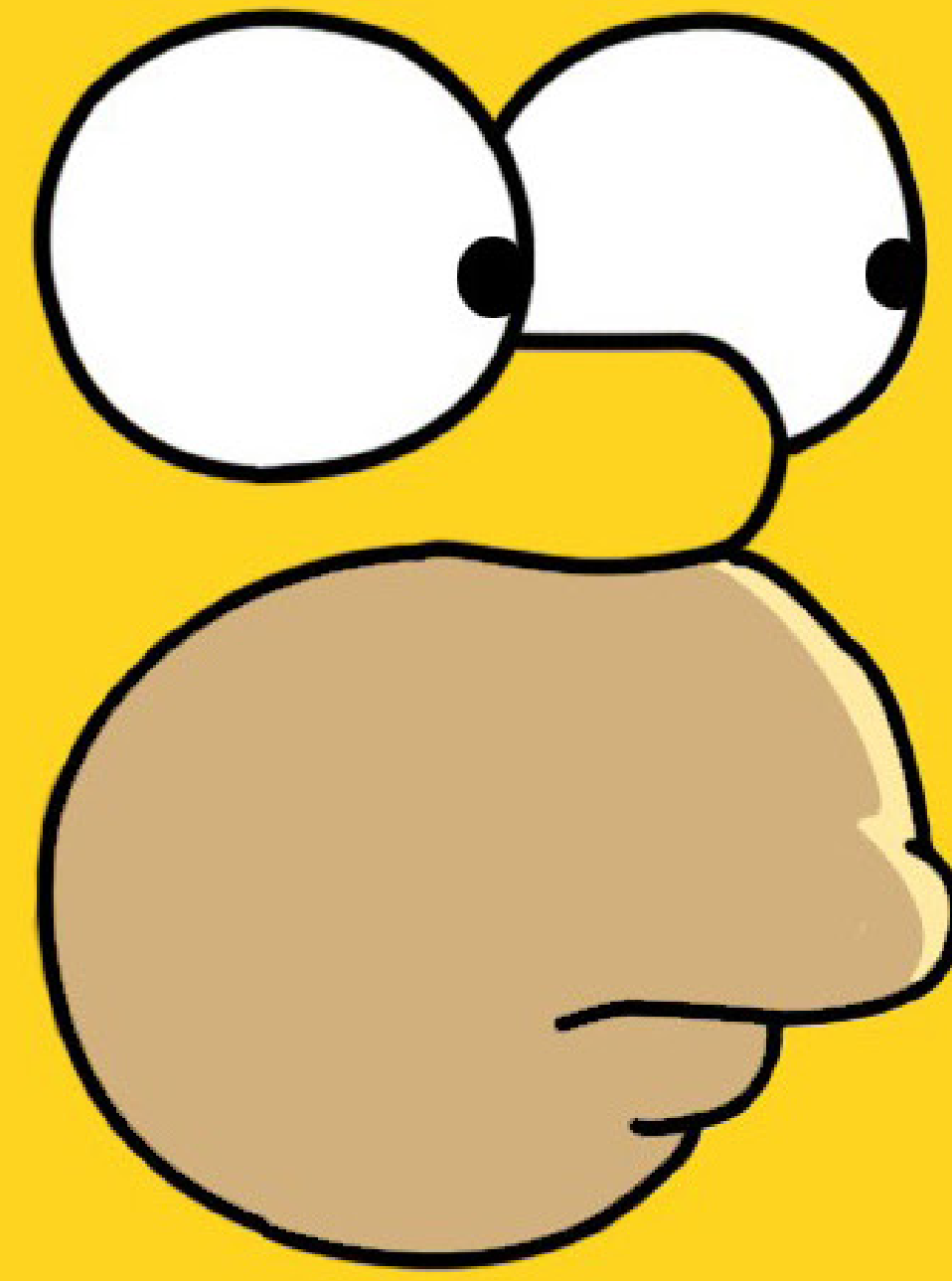
# 8

## **ÜBERGABE & SPARRING.**

An dieser Stelle übergeben wir die fertigen Medien an die betreuende Mediaagentur zur Auspielung auf Landingpages, als Paid-Ads u.s.w.

Im aktiven Austausch passen wir im Laufe von Kampagnen Bewegtbildinhalte an und sind stets darum bemüht nach regelmäßigen Tests weitere Formate / Folgen / Filme direkt Zielgruppenaffin zu gestalten.





**FNA.**

AND NOW?

**CHOOSE YOUR PARTNER!**