



PIRATELOVE

## So erstellst du das perfekte Video-Content-Briefing für erfolgreiche Unternehmensfilme!

Ein durchdachtes Video-Briefing ist der Schlüssel, um kreative Ideen in überzeugende Inhalte zu verwandeln. Je klarer du deine Ziele, deine Zielgruppe und deine Werte definierst, desto passgenauer kann eine Filmproduktion oder Videoagentur deine Vision umsetzen. Im Folgenden findest du einen umfassenden Leitfaden mit allen wesentlichen Punkten – von Imagefilmen bis hin zu Recruiting-Videos. Diese Fragen helfen dir beim ersten Schritt. Wenn du dazu noch Fragen hast, [melde dich gerne bei uns!](#)

### 1. Kommunikationsziel: Der Kompass Ihres Videos

- **Zentrale Fragen:**

*Was möchten mit Ihrem Video erreichen?* Geht es um Imagepflege, Umsatzsteigerung, die Gewinnung neuer Talente oder die Motivation Ihres Teams?

- **Warum wichtig?**

Ein klar definiertes Ziel dient als Leitlinie für Konzept, Story und Umsetzung.

**Storytelling-Tipp:** Überlegen Sie, welche übergeordnete Botschaft Sie vermitteln wollen. Welche Werte und Geschichten können dieses Ziel am besten transportieren?

### 2. Zielgruppe: Wen wollen Sie wirklich erreichen?

- **Zentrale Fragen:**

*Wer soll angesprochen werden?* Welche Erwartungen, Werte und Bedürfnisse hat Ihre Zielgruppe?

- **Zielgruppenbeschreibung:**

Definieren Sie Alter, Interessen, Probleme oder Wünsche Ihrer potenziellen Zuschauer so genau wie möglich.

- **Warum wichtig?**

Nur durch eine genaue Kenntnis Ihres Publikums treffen Sie den richtigen Ton und erzeugen eine nachhaltige emotionale Bindung.

**Storytelling-Tipp:** Erstellen Sie eine Persona mit Namen, Zielen und Herausforderungen. Das macht Ihre Kommunikation greifbarer und zielgerichteter.



PIRATELOVE

### 3. Werte & Storytelling: Was treibt Ihr Unternehmen an?

- **Zentrale Fragen:**

Welche Werte und Überzeugungen zeichnen Sie aus? Welche Geschichte möchten Sie erzählen?

- **Warum wichtig?**

Authentische Storys verankern Ihr Unternehmen in den Köpfen und Herzen der Zuschauer.

**Storytelling-Tipp:** Überlegen Sie, welche Erfahrungen oder Anekdoten Ihr Unternehmen geprägt haben. Diese können als roter Faden für Ihr Video dienen.

### 4. Recherchehilfen: Kontext für noch bessere Ideen

- **Hintergrundinfos:**

Links, Infomaterialien, Marktanalysen, Wettbewerbsbeispiele und Best-Practice-Videos.

- **Warum wichtig?**

Um relevante Stories zu entwickeln, benötigen Produktionsteams Einblicke in Ihren Markt und Ihre Positionierung.

**Storytelling-Tipp:** Zeigen Sie Video-Beispiele, die Sie inspirieren. Was spricht Sie besonders an? Stil, Erzählweise, Tempo, Musik?



PIRATELOVE

## 5. Botschaft: Das Herzstück Ihres Videos

- **Zentrale Frage:**  
Welche Kernbotschaft soll beim Zuschauer hängen bleiben?

- **Warum wichtig?**  
Eine klar formulierte Botschaft schärft Konzept und Dramaturgie.

**Storytelling-Tipp:** Schreiben Sie Ihre Botschaft in einem einzigen Satz auf. Dieser Satz wird zum Nordstern für Ihre Geschichte.

## 6. Wettbewerb: Ihre Alleinstellungsmerkmale im Fokus

- **Zentrale Fragen:**  
*Wer sind Ihre Mitbewerber? Was machen sie gut, was nicht? Wo können Sie sich abheben?*

- **Warum wichtig?**  
Die Kenntnis des Umfelds erlaubt eine klare Differenzierung und hebt Ihre Stärken hervor.

**Storytelling-Tipp:** Fokussieren Sie sich auf das, was Sie anders oder besser machen. Dieser Unterschied ist oft der Kern einer überzeugenden Story.



PIRATELOVE

## 7. Umsetzung: Bausteine Ihres Films

- **Elemente:**

Mitarbeiter, Schauspieler, Arbeitsprozesse, Animationen, Testimonials, Voice-over usw.

- **Warum wichtig?**

Jede Komponente prägt den Charakter und die Dramaturgie Ihres Videos.

**Storytelling-Tipp:** Planen Sie Szenen, die Ihr Anliegen aufbauen: vom Problem (Bedürfnis) bis zur Lösung (Ihr Produkt, Ihre Idee).

## 8. Look & Feel: Die emotionale Tonalität

- **Zentrale Fragen:**

*Welche Stimmung, welche Bildsprache und welchen Schnitt wünschen Sie sich?*

- **Warum wichtig?**

Ein stimmiger Stil (Farben, Schnitt, Musik) weckt Emotionen und erzeugt Wiedererkennungswert.

**Storytelling-Tipp:** Suchen Sie nach Referenzen, die Sie visuell und emotional ansprechen. Fragen Sie sich: „Wie soll sich das Video anfühlen?“

## 9. Klare Erfolgskriterien & KPIs

- **Zentrale Frage:**

*Woran messen Sie den Erfolg des Videos konkret? Klickzahlen, Verweildauer, Leads, Bewerbungen, Shares etc.*

- **Warum wichtig?**

Nur mit klaren Messgrößen (KPIs) können Sie prüfen, ob das Video seine Ziele erreicht.



**PIRATELOVE**

**Storytelling-Tipp:** Definieren Sie schon im Vorfeld, welche Kennzahlen Ihnen besonders wichtig sind, um gezielt auf diese hinarbeiten zu können.

## 10. Call to Action (CTA): Was soll am Ende geschehen?

- **Zentrale Frage:**

*Was soll der Zuschauer nach dem Video tun?* Kontakt aufnehmen, sich bewerben, mehr Infos anfordern, Produkt kaufen?

- **Warum wichtig?**

Ein starker CTA überführt vom reinen Konsum zur gewünschten Handlung.

**Storytelling-Tipp:** Verknüpfen Sie Ihren CTA mit der Story. Lassen Sie den Handlungsaufruf organisch aus Ihrer Geschichte hervorgehen.

## 11. Mögliche Konflikte oder No-Gos

- **Zentrale Frage:**

Gibt es Themen, Darstellungen oder Ansprachen, die unbedingt vermieden werden sollen?

- **Warum wichtig?**

So verhindern Sie Missverständnisse und halten sensible Marken- oder Unternehmensrichtlinien ein.

**Storytelling-Tipp:** Legen Sie früh fest, was inhaltlich nicht infrage kommt, um kreative Energie auf das Wesentliche zu lenken.

## 12. Brand Guidelines & Corporate Identity

- **Zentrale Fragen:**

*Welche Styleguides, Farbvorgaben, Typografie- oder Logorichtlinien gelten?*

- **Warum wichtig?**

Ein stimmiges Video muss sich nahtlos in Ihre Markenwelt einfügen.



**PIRATELOVE**

**Storytelling-Tipp:** Sorgen Sie dafür, dass selbst kleine Details (z. B. Farb- und Schriftwahl) die Geschichte unterstützen und widerspiegeln, wofür Ihre Marke steht.

### 13. Behind-the-Scenes oder Making-of

- **Zentrale Frage:**  
Soll während der Produktion zusätzlich Material für ein „Making-of“ gesammelt werden?
- **Warum wichtig?**  
Behind-the-Scenes-Einblicke sind für Employer Branding oder Social Media sehr wertvoll und erzeugen zusätzliche Nähe zu Ihrer Marke.

**Storytelling-Tipp:** Das Making-of kann eine eigene kleine Story werden und zeigt Ihr Unternehmen von einer nahbaren, authentischen Seite.

### 14. Sprecher, Moderation & Musikrechte

- **Zentrale Fragen:**  
*Brauchen Sie einen professionellen Sprecher für das Voice-over? Wie sieht es mit Musikrechten oder der GEMA aus?*
- **Warum wichtig?**  
Stimme und Musik prägen das Zuschauererlebnis. Unklare Rechtsfragen können später teuer werden.

**Storytelling-Tipp:** Achten Sie darauf, dass die Sprecherstimme oder Musik zum Stil und Tonfall Ihres Unternehmens passt.



PIRATELOVE

## 15. Drehort, Location-Scouting & Genehmigungen

- **Zentrale Fragen:**

*Werden eigene Räumlichkeiten genutzt oder muss eine externe Location gefunden werden? Gibt es Genehmigungen einzuholen?*

- **Warum wichtig?**

Locations haben großen Einfluss auf Budget, Logistik und die Ästhetik Ihres Videos.

**Storytelling-Tipp:** Überlegen Sie, wie die Drehorte zur Geschichte beitragen können. Eine spannende Location kann das Storytelling oft enorm bereichern

## 16. Deadline & Abnahmeprozesse

- **Was beachten?**

Planen Sie genügend Zeit für Konzeption, Dreharbeiten, Schnitt und interne Freigaben ein. Definieren Sie klare Verantwortlichkeiten.

- **Warum wichtig?**

Ein realistischer Zeitplan verhindert unnötigen Stress und gibt Raum für Korrekturschleifen.

**Storytelling-Tipp:** Auch eine gute Geschichte braucht Zeit zu reifen. Sorgen Sie für einen Puffer, damit Qualität nicht unter Zeitdruck leidet.



PIRATELOVE

## 17. Distribution: Kanäle, Formate, Sprachen & Untertitel

- **Zentrale Fragen:**

*Wo soll das Video veröffentlicht werden?* Benötigen Sie verschiedene Schnittversionen (z. B. 16:9, 1:1) für unterschiedliche Plattformen? Sind Untertitel oder Mehrsprachigkeit relevant?

- **Warum wichtig?**

Jede Plattform hat eigene Anforderungen. Ein perfekt produziertes Video entfaltet nur dann seine volle Wirkung, wenn es passgenau ausgespielt wird.

**Storytelling-Tipp:** Passen Sie die Erzählweise pro Kanal an. Ein kurzer Instagram-Clip erzählt Ihre Botschaft anders als ein längeres YouTube- oder LinkedIn-Video.

## 18. Budget: Klarheit schafft Effizienz

- **Zentrale Frage:**

*Welcher Kostenrahmen ist vorgesehen?*

- **Warum wichtig?**

Transparenz in finanzieller Hinsicht ermöglicht realistische Konzepte. Selbst mit kleineren Budgets können Sie große Geschichten erzählen – vorausgesetzt, alle wissen, worauf sie sich einstellen können.

**Storytelling-Tipp:** Manchmal ist weniger mehr. Konzentrieren Sie sich auf das Wesentliche Ihrer Geschichte, anstatt sich an teuren Effekten zu verlieren.

## Fazit: Ein Briefing als Investition in Ihren Video-Erfolg

Ein sorgfältig erstelltes Briefing vereint Ihre Ziele, Werte, Botschaften und Story-Elemente zu einem überzeugenden Konzept. Es ist der erste Schritt zu Videos, die nachhaltig wirken und Ihre Investition in Bewegtbildinhalte optimal zur Geltung bringen.

Haben Sie Fragen oder Anmerkungen zu diesem Leitfaden?

Ich freue mich darauf, von Ihnen zu hören!



**PIRATELOVE**

**Ahoi!**

*Michel Lohmann*

*Geschäftsführer Piratelove*