

## LEA Praxistipp

# „Film ab!“ für Ihre Botschaft

## Unternehmensfilme im Rahmen von Groß-Gruppenveranstaltungen

Filme sind in der Lage, eine Geschichte im Rahmen einer Großgruppenveranstaltung erlebbar werden zu lassen, die zeitlich und räumlich ganz woanders stattgefunden hat. Gut gemachte Filme sprechen Teilnehmer persönlich an und saugen sie sogar regelrecht in ihren Bann. Gut gemachte Filme erzeugen Emotionen, über die die Teilnehmer einer Veranstaltung in Kontakt und Kommunikation treten können.



### Karl Turner

Partner der LEA Leadership Equity Association GmbH

Strategischer Berater, kreativer Ideengeber und Coach für Event & Film

Seit mehr als 15 Jahren berät er Unternehmen und Agenturen bei ganzheitlichen und kreativen Kommunikationslösungen.

Gründer und Inhaber der Agentur turner & friends, Köln

Diplom Kaufmann (FH)



### Emotionen haben Vorfahrt!

Nichts bestimmt unser Leben so sehr und ist dennoch so schwierig zu greifen wie unsere Emotionen. Gerade für die Hirnforschung mit ihren genauen Messmethoden stellen die subjektiven Empfindungen eine Herausforderung dar. Multisensorische Bilder, nichts anderes sind Filme, regen die Emotionen an. Das Gehirn bewertet das Gesehene sofort auf Grundlage der eigenen Erfahrungen und Wertvorstellungen. Vielleicht kennen Sie das auch: Tatort am Sonntagabend. Sie rätseln mit, wer der Mörder ist. Der junge, gut angezogene und erfolgreiche Schwiegersohn ist es hundertprozentig nicht - meinen Sie, weil da noch ein schmutziger, ehemaliger Kurierdienstfahrer mit Kapuzenpulli und Sonnenbrille als Verdächtiger in Frage kommt. Obwohl viele Indizien für den schicken Schwiegersohn als Mörder sprechen, entscheiden wir uns für den arbeitslosen „Kapuzenpulliträger“. Denn mit ihm haben wir im Gehirn ein Imageproblem. Das ist zugegebenermaßen etwas vereinfacht und plakativ. Und dennoch passiert es genau so. Bildreize rufen Emotionen als Reaktionen hervor. Und Emotionen haben Einfluss auf unser Denken und Verhalten.

Können wir Emotionen so lenken, dass

Imageprobleme in unserem Gehirn entschärft werden und Informationen, Angebote und Menschen anders wahrgenommen werden?

Ja, wenn wir die „Imageprobleme“ unserer Teilnehmer kennen, sie ernst nehmen und konstruktiv und wertschätzend mit ihnen umgehen, dann können wir Offenheit für unsere Botschaften schaffen. Und genau dabei können Filme helfen und Großgruppenveranstaltungen noch erfolgreicher machen. Denn Filme sind eine wirkungsvolle Abwechslung zu Redebeiträgen und Präsentationen. Charts mit Kurven und Zahlen sind wie trockenes Brot. Sie schmecken nicht wirklich gut und sind nur schwer zu schlucken. Gut gemachte Filme sind wie italienischer Brotsalat - mit gutem Olivenöl, ein paar Tomaten und frischen Kräutern schmeckt das trockene Brot auf einmal göttlich lecker. Filme liefern Bilder mitten aus dem Leben und nicht aus der Theorie. Sie sind unterhaltsam und kurzweilig und sorgen dafür, dass wir nicht „ab-“ oder „umschalten“.

Im Folgenden finden Sie einige Praxistipps, die Sie dabei unterstützen können, Filme für Ihre Großgruppenveranstaltungen noch gezielter und erfolgreicher zu produzieren.

## Sieben Praxis-Tipps für Unternehmensfilme im Rahmen von Großgruppenveranstaltungen:

### 1. Das richtige Bild für Ihren Veranstaltungsrahmen

Wirksame Großgruppenveranstaltungen geben Raum für Reflexion, sie schaffen Nähe zwischen den Teilnehmern, sie fördern das Gemeinschaftsgefühl, sie bringen die wirklich wichtigen Themen in die Kommunikation, sie integrieren die Teilnehmer und am Ende stehen Ergebnisse, die motivieren und positive Energien generieren.

Großgruppenveranstaltungen sind inszenierte Maßnahmen und diese haben alle eine Gemeinsamkeit. Sie vermitteln Botschaften anhand von erzählten und erlebbaren Geschichten. So entstehen bei den Teilnehmern Gedächtnisbilder, an die das menschliche Gehirn Informationen und Botschaften koppelt, die lange erinnert werden.

Hilfreiche Fragen bei der Entwicklung eines für Ihre Veranstaltung geeigneten Films sind: Welche Geschichte erzählen Sie im Rahmen Ihrer Großgruppenveranstaltung? Und für welchen Teil der Geschichte haben Sie einen Film angedacht? Warum erscheint Ihnen ein Film hier als besonders geeignet? Welches bekannte „Bild“ wollen Sie in Ihrem Film verwenden? Wie ist dieses Bild in den Gesamtrahmen der Veranstaltung integriert?

### 2. Inhalte, Botschaften, Zielsetzung und der emotionale Rahmen

Ein guter Film schafft Emotionen, Visionen, Identifikation, Verständnis, Wissen, Motivation, vor allem aber bleibende Werte. Er erreicht

Zuschauer auf einer tieferen Ebene als der des Verstandes, spricht unterschiedliche Sinne an und berührt als Gesamterlebnis. Ein guter Film bewegt Menschen und aktiviert ihr Denken und Handeln.

Worauf zielen Sie mit Ihrem Film ab? Vielleicht stellen Sie sich ganz zu Beginn einmal die Frage: „Mal angenommen, die Großgruppenveranstaltung wäre bereits vorbei und die Teilnehmer haben Ihren Film gesehen. Woran würden Sie merken, dass der Film gut gewesen ist und die gewünschte Wirkung erzielt hat?“

Arbeiten Sie heraus, welche Themen und Inhalte der Film bearbeiten und transportieren soll. Emotionen haben Vorfahrt! Also bringen Sie in Erfahrung, mit welchen Erfahrungen und Emotionen das Thema bei der Zielgruppe besetzt ist. Welche Botschaft sendet der Film an die Zuschauer? Und was soll der Film bei ihnen auslösen? Erst dann beginnen Sie, Ideen für einen Film zu generieren. Filme machen will gelernt sein und erfahrene Experten können Sie bei der inhaltlichen und methodischen Konzeption unterstützen und im Anschluss ein treffsicheres Drehbuch entwickeln.

### 3. Storytelling statt Berichterstattung

Filme sind eine Möglichkeit, Geschichten im Rahmen einer Großveranstaltung erlebbar zu machen. Sie sind besonders wirkungsvoll, wenn auf künstlich inszenierte Geschichten verzichtet und die Wirklichkeit filmisch wiedergegeben wird.

Jedem Thema und jedem Anlass liegt eine Geschichte zu Grunde, die erzählt werden kann. Emotional,

fachlich und sachlich korrekt, verständlich und einprägsam. Ein Film soll ein visuelles und auditives Erlebnis sein, das in die Dramaturgie einer Großgruppenveranstaltung integriert werden muss.

Filtern Sie die wirklich guten Geschichten aus dem eigenen Unternehmen heraus - welche Geschichten rund um Ihre Kunden, Partner, Mitarbeiter und Führungskräfte können Sie zu Ihrer Thematik mit einem Film erzählen?

Alternativ können Sie auch nach vergleichbaren Geschichten in Welten außerhalb des Unternehmens suchen. Das können zum Beispiel Analogien aus den Bereichen Musik, Theater, Wissenschaft, Sport, Politik etc. sein.

### 4. Unterhalten und berühren

Wenn Menschen lachen, dann wird das Gehirn mit Dopamin überschüttet. Dadurch entsteht ein Belohnungsgefühl und gute Laune. Gute Laune verändert unsere Wahrnehmung deutlich positiv. Filme können auf höchstem Niveau unterhaltsam produziert werden. Sie bringen den Zuschauer zum Lachen, sie berühren, schaffen Verständnis und Bindung. Sie bilden nicht ab, sondern bringen die Emotionen Ihrer Zuschauer in Bewegung. Suchen Sie nach etwas, worüber Sie gemeinsam mit den Teilnehmern lachen können. Bei allem Ernst vieler Themen, kann ein bisschen Ironie durchaus befreiend und gleichzeitig berührend sein.

### 5. Raum für Authentizität

Geübte Drehbuchautoren sorgen dafür, dass Räume geschaffen werden, in denen authentische, glaubwürdige und wirkungsvolle Filme

entstehen können und in denen sich Ihre Themen facettenreich und in all ihrer Schönheit und Würde entfalten können. Für die darauffolgenden Dreharbeiten bedeutet das konkret, dass eine vertrauensvolle Atmosphäre geschaffen werden muss, in der sich der Auftraggeber und seine Protagonisten authentisch zeigen und repräsentieren können. Erfahrene Regisseure(Innen) lassen die Protagonisten mit Hilfe erprobter Interviewtechniken die Anwesenheit der Kameras vergessen - und so können sie in völliger Natürlichkeit agieren. Das sorgt dafür, dass der Film ins Schwarze trifft und das Herz der Zuschauer berührt.

#### 6. In der Kürze liegt die Würze

Eine Großgruppenveranstaltung dient dazu, Räume zu schaffen, in denen die Teilnehmer miteinander und themenbezogen kommunizieren können. Es geht also bei sogenannten Filmeinspielern nicht um einen gemeinsamen Kinobesuch. Daher empfehle ich Ihnen, analog zur Begrenzung von Redezeiten, die Länge eines Films auf 3 Minuten zu beschränken. Ausnahmen sollten Sie nur nach bewusster Reflexion zulassen und dabei ganz genau durchleuchten, warum der Einspieler länger sein soll. Ich habe die Erfahrung gemacht, dass mehr Zeit benötigt wird, um so emotionaler das Thema bei den Teilnehmern verankert ist. Dann braucht es länger, um das Thema gut zu positionieren und die „Imageprobleme“ im Gehirn zu versorgen. Eine absolute Obergrenze sind 10 Minuten. Alle weiteren Filme im Rahmen der Großveranstaltung sollten sich dann unbedingt an die 3 Minuten-Grenze halten.

#### 7. Frühzeitig an die Zweitverwertung denken

Machen Sie sich Gedanken darüber, was nach der Großgruppenveranstaltung mit dem Film passieren soll. Klären Sie frühzeitig, ob der Film im Intranet, Internet, auf der nächsten Messe, o.ä. gezeigt werden soll. Neben rechtlichen Fragen der Zweitverwertung geht es vor allem um inhaltliche und gestalterische Aspekte. Ist ein Film in ein Event eingebettet, dann gibt es um ihn herum noch zusätzliche Informationen (Anmoderation, Talk zum Film, Diskussion, etc.), die es bei einer Zweitverwertung wahrscheinlich nicht geben wird. Vielleicht stellen Sie sich die Frage, was der Film in der Zweitverwertung zusätzlich benötigt, um die erwünschte Zielsetzung zu erreichen? Braucht er zusätzlich Sequenzen, Szenen oder sogar gesprochene Off-Texte? Um so früher Sie sich darüber Gedanken machen, um so besser kann dies beim Konzept, beim Drehbuch und bei der Produktion berücksichtigt werden. Das spart viel Zeit und Geld und das Ergebnis ist in der Zweitverwertung dann auch treffsicherer.

#### Fazit: Film wirkt

Sicherlich kennen Sie die Aussage: „Ein Bild sagt mehr als tausend Worte!“. Wie viele Worte kann ein Film auf Ihrer Großgruppenveranstaltung ersetzen? Ja, Filme sind eine zielführende Alternative zu Redebeiträgen und Präsentationen. Das hat schon Konfuzius gewusst und gesagt: „Ich höre und vergesse. Ich sehe und behalte. Ich tue und verstehe.“

Das „Verstehen“ ist ein weiteres umfangreiches Thema für einen Praxistipp. Und in einem Satz kurz angerissen, verstehen Ihre Teilnehmer

Ihre Inhalte und Botschaften, wenn Sie sie nach einem Film in das Geschehen der Großgruppenveranstaltung aktiv integrieren und zu echten Beteiligten machen. Ein Musterprojekt für die Verknüpfung von Film und Teilnehmerbeteiligung ist die Führungskonferenz der Deutschen Bundesbank im November 2014, die ich als Berater und Produzent begleitet habe. Mehr zu diesem Projekt im LEA Interview, „Bundesbank: Führung zum Thema machen“.  
([http://www.leadership-branding.de/files/interview\\_lea\\_bundesbank\\_fuehrung\\_2015\\_1.pdf](http://www.leadership-branding.de/files/interview_lea_bundesbank_fuehrung_2015_1.pdf))

Viel Spaß bei Ihrer nächsten Großgruppenveranstaltung mit Film.

**Und fühlen Sie sich bitte herzlich eingeladen, mit Ihren Fragen zum Thema Film und / oder Großveranstaltung auf mich zuzukommen.**

Karl Turner