

MODUL 268

PRODUKTFILM

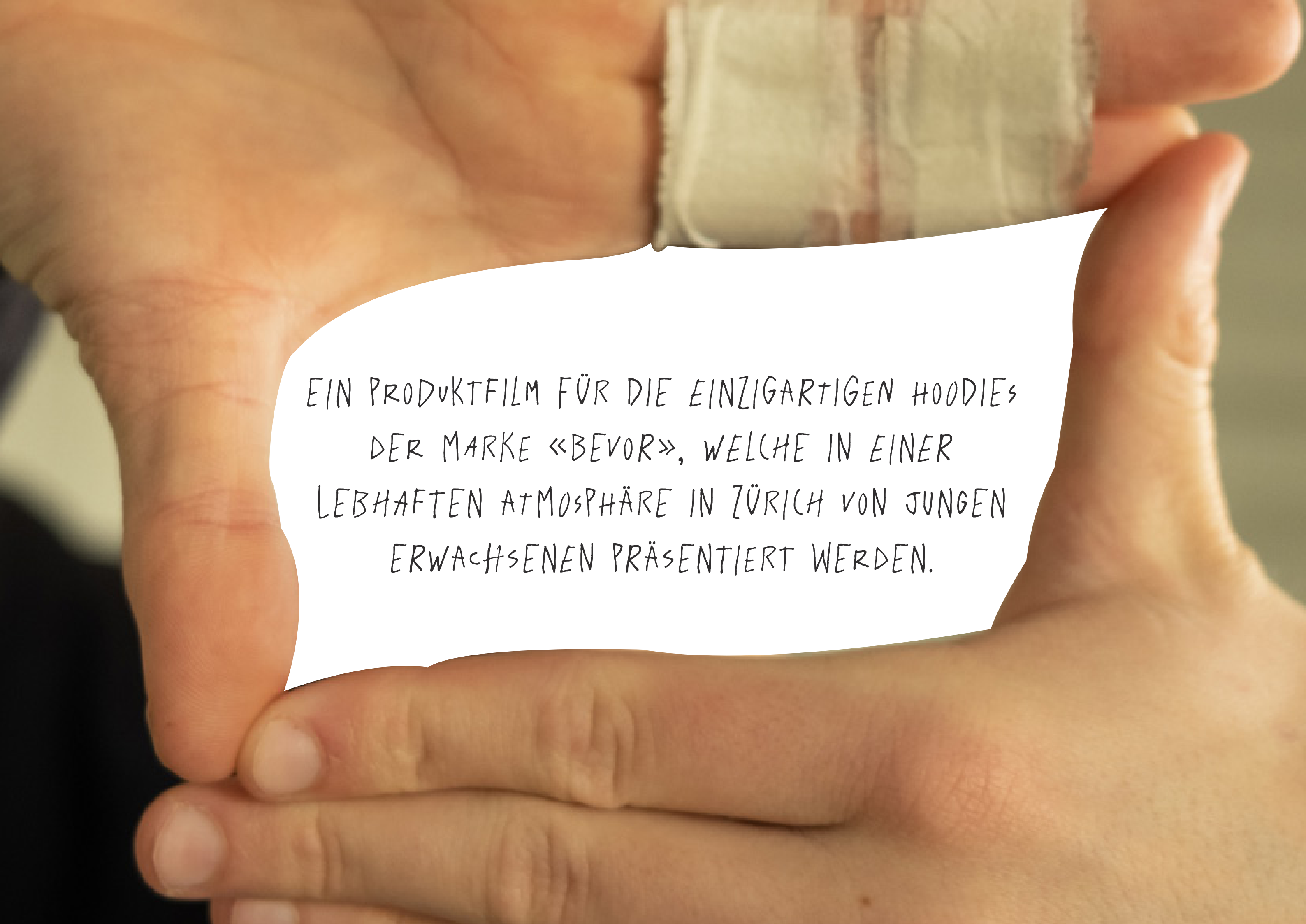


Attinger Chevonne
Laluha Tomas
Svenja Gisler
Koller Lenja

INHALTS- VERZEICHNIS



- 04** | Logline
- 07** | D' Synopsis
- 08** | S' Team dehinder
- 10** | Mood
- 14** | Eusi Songwahl
- 16** | D' Zitplanig
- 18** | Analysierti Risike
- 20** | Verwendets Material
- 22** | Belüchtigsskizze
- 24** | Bispiel für Drehort
- 26** | S' Storyboard

A close-up photograph of two hands holding a small, white, torn-edged piece of paper. The hands are positioned on either side of the paper, with fingers visible. The background is a soft, out-of-focus green. The paper contains handwritten text in black ink.

EIN PRODUKTFILM FÜR DIE EINZIGARTIGEN HOODIES
DER MARKE «BEVOR», WELCHE IN EINER
LEBHAFTE ATMOSPHERE IN ZÜRICH VON JUNGEN
ERWACHSENEN PRÄSENTIERT WERDEN.

LEB DIS
LEBE BEVOR
DIS LEBE
DICH LEBT



D'

SYNOPSIS

Der Frühling kommt und Zürich erwacht wieder zum Leben. Viele Menschen sind unterwegs und geniessen die ersten Sonnenstrahlen. Endlich können die Jacken zuhause gelassen und die Frühlings Outfits ausgepackt werden. Dabei ist ein stylischer Hoodie bereits die halbe Miete.

«Leb dis Lebe bevor dis Lebe dich lebt» ist nicht nur unser Moto, sondern auch der Slogan der Kleidermarke unseres Teammitgliedes Lenja Koller. Unser Videoprojekt dreht sich rund um das Planen und Erstellen eines Produktfilmes für die noch unbekanntere Marke «Bevor».

Dieser sollte unsere junge Generation daran erinnern, jeden Moment zu genießen und sich nicht übermäßig Gedanken über die Zukunft zu machen. Wir alle haben nur ein Leben zur Verfügung, welches es in vollen Zügen zu genießen gilt. Genau dafür steht diese Marke.

Wir wollen unsere Community in einem ersten Schritt in der deutschsprachigen Schweiz aufbauen. Daher konzentriert sich unsere Zielgruppe hauptsächlich auf Jugendliche im Alter von 15-25 Jahren. Unsere Hoodies unterstreichen den heutigen baggy, oldschool und streetwear Style. Unser Ziel ist es dabei, eine authentische Community zu bilden, welche sich mit «Bevor» identifizieren kann und uns dabei hilft, unsere Marke bekanntzumachen.

Unsere Zielgruppe ist sehr schnelllebig und immer auf der Suche nach etwas Neuem. Und genau darauf bauen wir auf. Unser Werbefilm lebt von Abwechslung, schnellen Szenen, speziellen Übergängen und einigen Animationen. Damit können wir das Interesse der Zielgruppe wecken und sie mit Lebensfreude anstecken.

S' TEAM DEHINDER

08

Hinter unserer Marke «Bevor» stecken vier kreative Köpfe. Gemeinsam verkörpern wir den Wert der Marke und leben ganz nach unserem Motto «Leb dis Lebe bevor dis Lebe dich lebt». Denn nur wer unsere Marke lebt, kann sie auch repräsentieren.

Lenja hat ein gutes Auge für Gestaltung und Design. Daher ist sie die Designerin unserer Hoodies und kümmert sich um die Bildwelten des Films. Im Projekt hat sie sich um das Moodboard, die Synopsis, die Risikoanalyse und ein Teil des Drehbuches gekümmert. Während dem Shooting liegt es in ihrer Verantwortung, die Szenen nach Drehbuch zu inszenieren.

Tomas ist unser Experte, wenn es um Kameras, Einstellungsgrößen und die technischen Aspekte geht. Somit ist er für die Produktion des Films verantwortlich und steht beim Dreh hinter der Kamera. Zusätzlich hat er die Wordcloud zusammengestellt, das eingeplante Material organisiert und die Rollenverteilung der Teammitglieder übernommen.

Chevonne ist eine sehr engagierte und organisierte Person. Daher hat sie das Zeitmanagement in die Hand genommen und eine Zeitplanung für unser Projekt und den Drehtag erstellt. Sie übernimmt die Verantwortung für das Einhalten der Termine und sorgt dafür, dass am Drehtag alles nach Plan läuft.

Svenja hat sehr gute zeichnerische Fähigkeiten, welche wir uns zu Nutzen gemacht haben. Sie hat die Skizzen für die Szenen in unserem Storyboard entworfen. Zusätzlich hat sie sich um die Logline und die Ressourcenplanung gekümmert. Während dem Shooting sorgt sie sich um die Models und kleidet diese passend für die verschiedenen Szenen ein.

Als Team fungieren wir nicht nur hinter, sondern auch vor der Kamera. Neben dem ganzen drum herum werden wir gemeinsam mit weiteren drei Models unsere Marke präsentieren.



09

DE MOOD VOM AUDIO



FEEL ZÜRCHER EPISCH OPTIMISTISCH AUFWECKEND
GOOD MOTIVIEREND VIBEY GECHILT LEBENSFREUDE
SCHWEIZERDEUTSCH DYNAMISCH JUNG GLÜCKLICH
BELEBEND MOODY SLANG JUGENDLICH
BEATS SKATEBOARD RAP KOPFHÖRER AUFBAUEND
PEPPIG KREATIV
INSPIRIEREND
BEGEISTERT

EUSI SONGWWAHL

„Leb dis Lebe bevor dis Lebe dich lebt“ oder wie L Loko und Drini sagen würden: „Jede Morge bim Ufstah mach ich, was ich Gluscht han.“ Unser Video hinterlegen wir mit dem Song „Will Nomeh“. Ihre Lyrics vermitteln genau die Message, welche unser Brand verkörpert. Mit dem Schweizerrap stellen wir den Bezug zu Zürich her und unterstützen unsere geliebten Schweizer Rapper.

Der Song handelt vom Leben in der Stadt und dem Lifestyle der Jugendlichen heute. L Loko und Drini rappen ebenso darüber, dass wir im hier und jetzt leben und uns nicht zu viele Gedanken über den Rest machen sollen.

Der Rhythmus hat etwas Gelassenes und versprüht eine gewisse Lebensfreude, welche auch unser Produktfilm widerspiegelt. Somit kann sich unsere Zielgruppe mit dem Song identifizieren. Denn L Loko und Drini haben recht, wenn sie sagen: „Züri isch die motherf*cking Sektion!“

ZÜRI ISCH DIE MOTHERF*CKING
SEKTION

JEDE MORGE BIM UFS TAH MACH
ICH, WAS ISCH GLUSCHT HAN,
DOCH WILL NOMEH, EH, EH

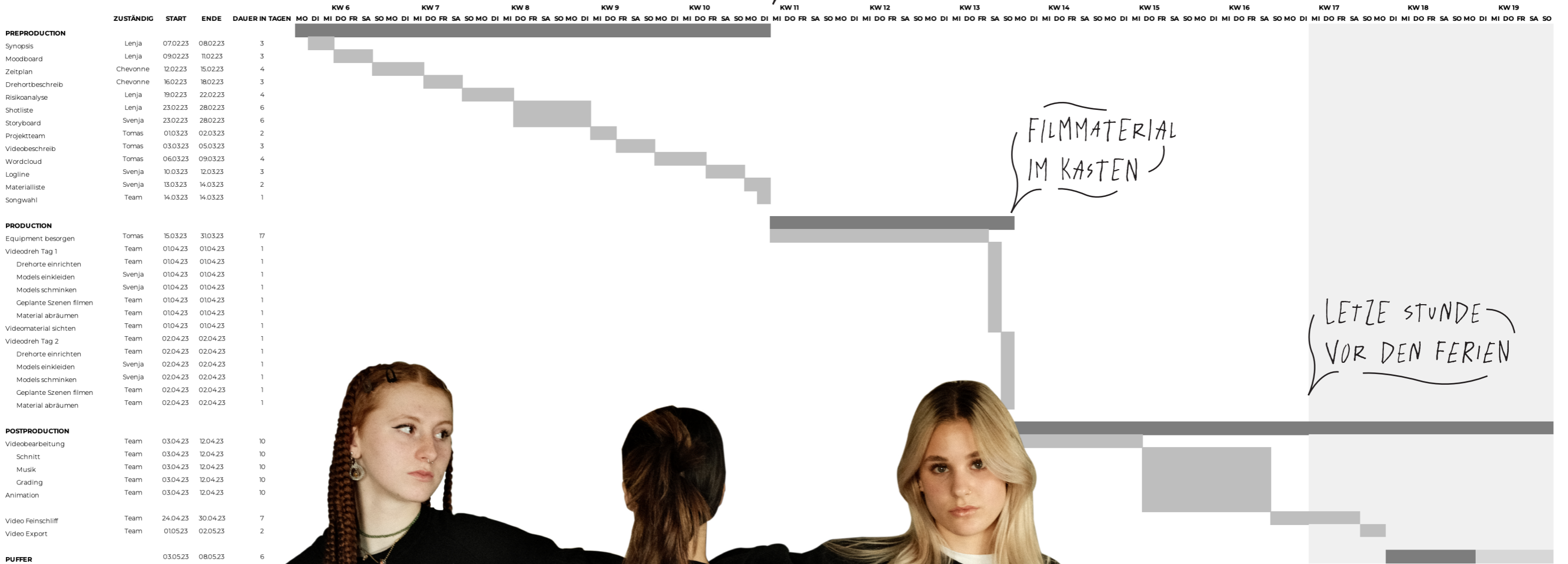
MIS GANZE LÄBE EN DRUCK HA,
HAN DÄNK, DASS ICH DRUF
GANN, DOCH BIN OK

ÖB DAS ALLES MAL UFGAHT, DAS
BABY GSEHMER, I DON'T KNOW
(DON'T KNOW)



D' ZITPLANIG

ABGABE
VORPROJEKT



FILMMATERIAL
IM KASTEN

LETZE STUNDE
VOR DEN FERIEN

PROJEKT
FERTIG



ANALYSIERT RISIKO

18

- 01 Ausfall von Teammitgliedern**
Massnahmen: Intensive Kommunikation untereinander, gute Aufteilung der verschiedenen Arbeitsaufträge, Speichern der Medien auf einem geteilten Ordner, damit jedes Teammitglied jederzeit Zugriff auf alle Dateien hat
- 02 Ausfall von Models**
Massnahmen: Kommunikation mit Personal, genügend Models organisieren, mehrere Shootingtage einplanen, Ersatzmodels organisieren
- 03 Ausfall von Equipment**
Massnahmen: Sorgfältiger Umgang mit den Ressourcen, Ersatzmaterial miteinplanen
- 04 Nicht einhalten des Zeitplans**
Massnahmen: Detaillierte Zeitplanung, Pufferzeit einrechnen, eingeplante Zeit während des Projekts einhalten, Arbeitspakete rechtzeitig fertigstellen
- 05 Schlechtes Wetter**
Massnahmen: Verschiedene Shootingtage einplanen, Wetterbericht beachten, Wetter für spezielle Aufnahmen nutzen
- 06 Verlust von Daten**
Massnahmen: Daten laufend abspeichern, verschiedene Speichermedien verwenden (OneDrive, externe Speicherkarte, verschiedene Computer etc.)
- 07 Unbrauchbares Videomaterial**
Massnahmen: Moodboard, um Stil des Videos zu definieren, während Videodreh an Storyboard halten, Videomaterial während des Shootings sichten, genügend Material aufnehmen

AUSWIRKUNG
JE HÖHER DAS GEBÄUDE,
DESTO GRÖßER DIE AUSWIRKUNG



19

WAS	ANZAHL	MODELL	BESCHREIBUNG	PREIS	VORHANDEN
PREPRODUCTION					
Laptops	4	Mac Book Pro	Unsere eigenen		Ja
Adobe Palette	4	InDesign	Besitzen wir von der Schule BZZ		Ja
PRODUCTION					
Kamera	2	Fujifilm X100V & Sony Alpha 6400	Bringt Tomas mit	2378.-	Ja
Objektiv	1	Sony E PZ 16-50mm f/3.5-5.6 OSS, E-Mount	Bringt Tomas mit	290.-	Ja
Speicherkarte	1	SanDisk Extreme	Bringt Tomas mit	40.20.-	Ja
Akku	2	Fujifilm NP-W126S Batterie	Bringt Tomas mit	49.60.-	Ja
Stativ	1	Rollei C6i	Bringt Tomas mit	140.-	Ja
Mikrofon	1	RØDE VideoMic Rycote	Bringt Tomas mit	101.-	Ja
Adapter	1	Satechi Multimedia Adapter	Bringt Lenja mit	84.90.-	Ja
Reflektor	1	Godox RFT-05 5in1 Kit	Nehmen wir als Ergänzung zum Sonnenlicht	27.50.-	Ja
20 Ráppler	1		Um Stativplatte einzustellen	0.20.-	Ja
One Drive 1Tb	1		One Drive der Schule BZZ	-	Ja
Externe Hd	1		Bringt Lenja mit		Ja
Gimbel	1	DJI Ronin S Standard Kit	Bringt Lenja mit	499.-	Ja
Bevor Hoodie	2		Bringt Lenja mit	110.-	Ja
Bevor Sweat Shirt	5		Bringt Lenja mit	225.-	Ja
Bevor Langarm Shirt	1		Bringt Lenja mit	35.-	Ja
Skateboard	2	CLICHÉ-, Plan B Skateboards	Bringen Tomas und Svenja mit	222.-	Ja
Musikbox	mind. 1	Ue Boom	Bringt Svenja mit	200.-	Ja
Puder & Pinsel	1		Bringt Lenja mit	15.-	Ja
Verpflegung			Verschiedene Snacks für das Teams	ca. 20.-	Nein
Unser Team	4 Pers.		Tomas Laluha, Lenja Koller, Chevonne Attinger, Svenja Gisler	-	Ja
Weitere Statisten (Freunde)	4 Pers.		Roxan Sivaratnam, Jan Stacy, Vivien Schmucki, Shara Ahmed	-	Ja
POSTPRODUCTION					
Laptops	4	Mac Book Pro	Unsere eigenen		Ja
Adobe Palette	4	Premiere Pro	Besitzen wir von der Schule BZZ		Ja
y2mate	1		Um das Lied von Youtube herunterzuladen	Gratis	Ja
TOTAL				4'437.40.-	



VERWENDETES MATERIAL

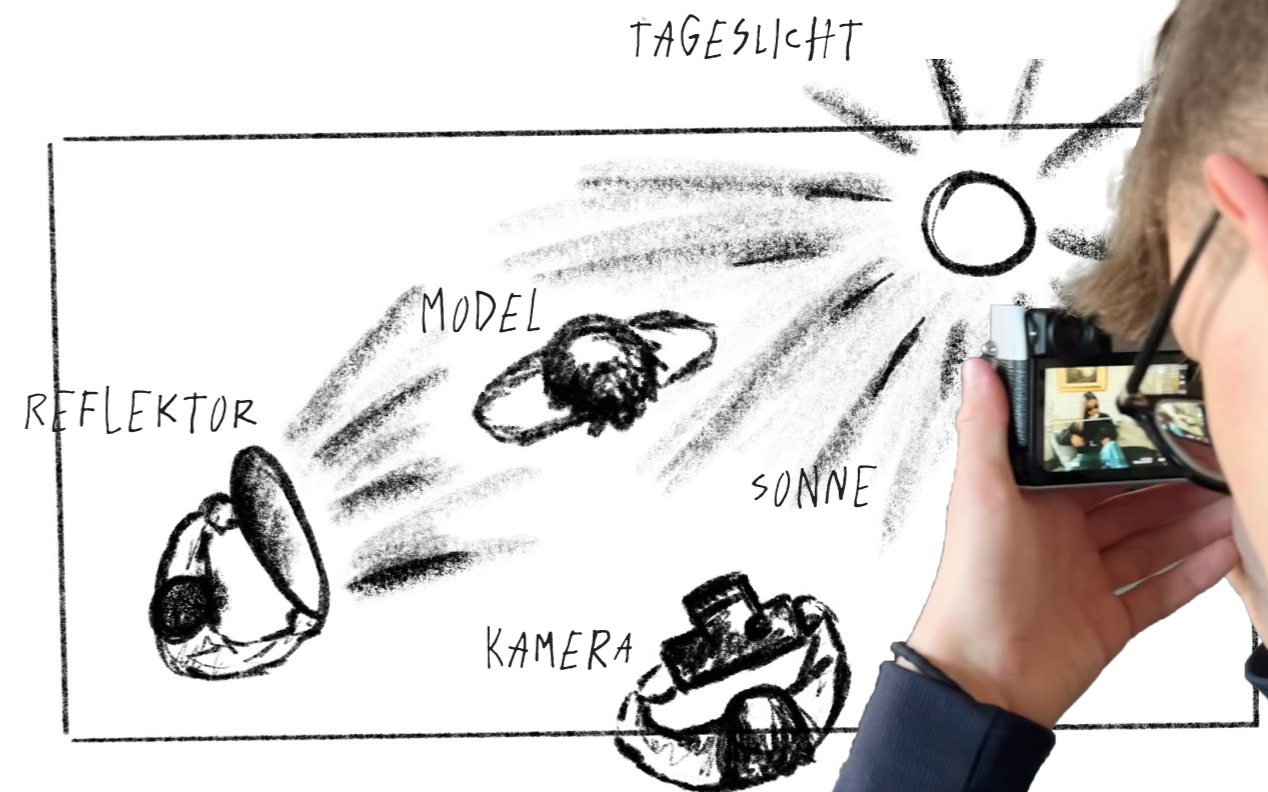
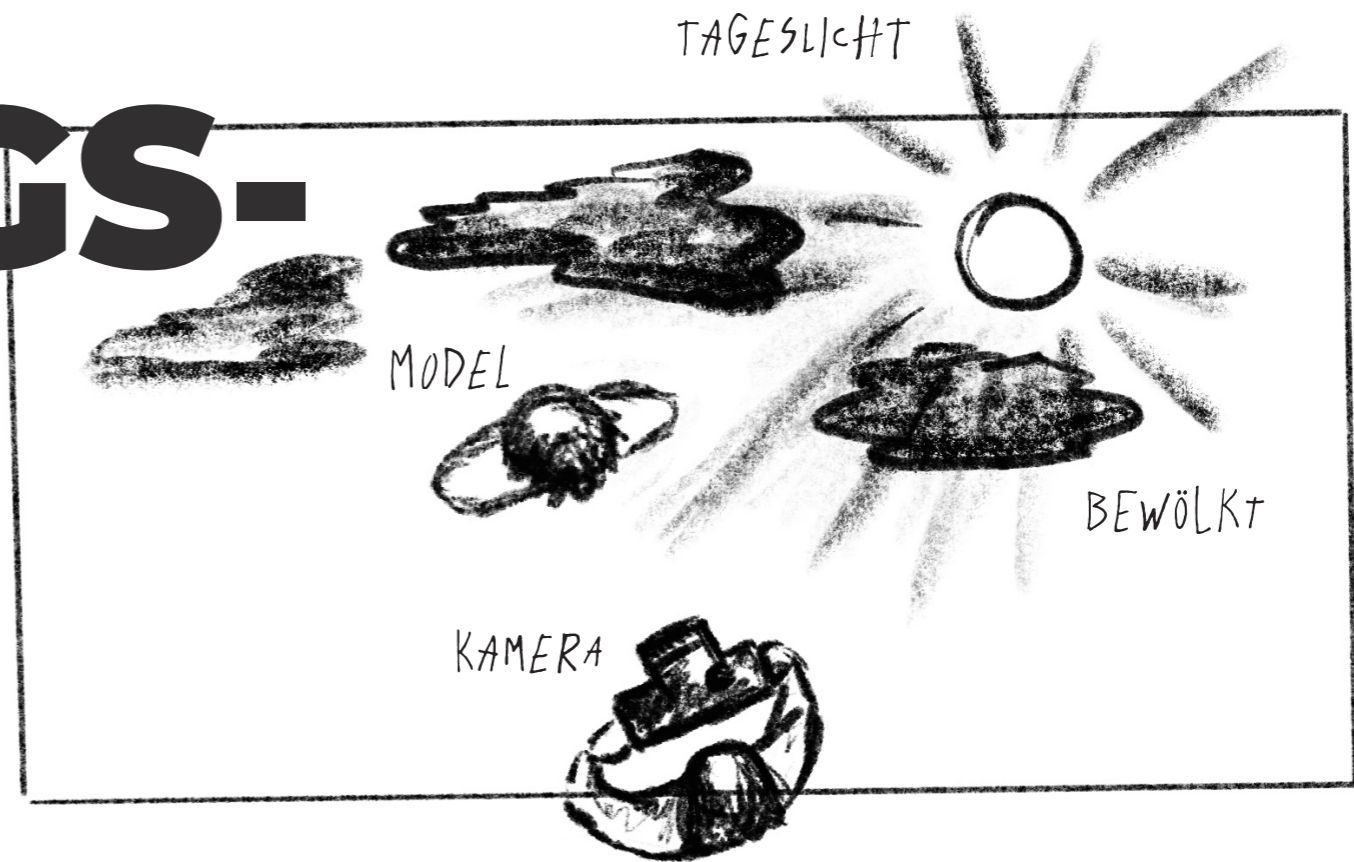
BELÜCHTIGS- SKIZZENE

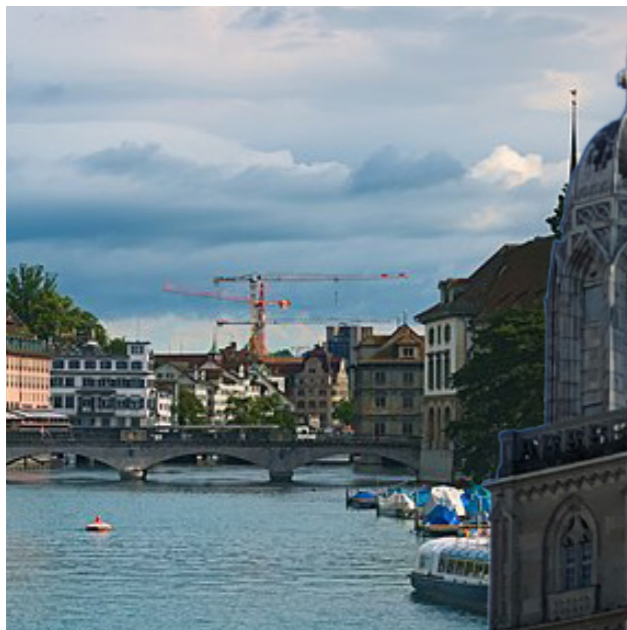
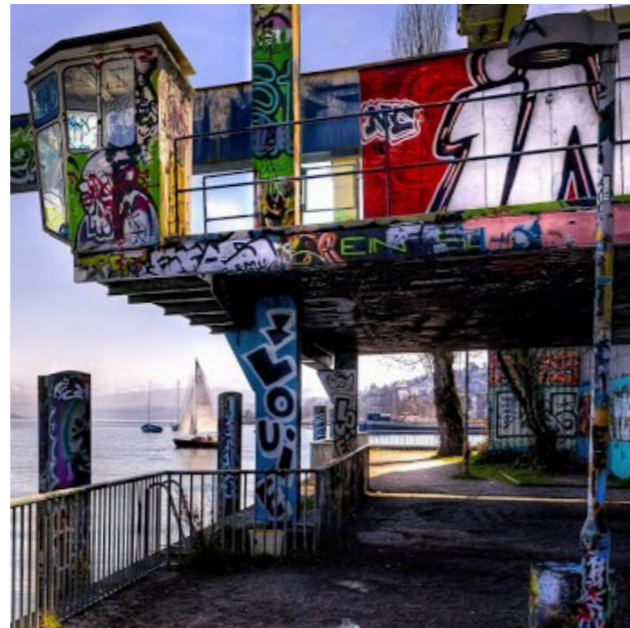
Alle Szenen in unserem Produktfilm werden im Freien stattfinden. Somit ist das Tageslicht unser bester Freund und zugleich unser grösster Feind. Die Wetterbedingungen haben einen entscheidenden Einfluss auf die Belichtung und somit auf die Gesamtwirkung unseres Videos. Wir sind den äusseren Bedingungen ausgeliefert und müssen uns schnell anpassen können. Bei starkem Sonnenschein nutzen wir Reflektoren, um harte Schatten in den Gesichtern der Models zu vermeiden. Bei schlechtem Wetter verzichten wir auf jegliches Equipment und hoffen auf ausreichend Tageslicht. Eine statische drei Punkte-Beleuchtung ist für uns nicht von Nutzen, da unsere Models ständig in Bewegung sind.

Ein weiterer wichtiger Faktor, auf den wir achten müssen, ist die Position der Sonne. Wir versuchen, das Tageslicht optimal zu nutzen, indem wir unsere Models entsprechend positionieren. Dabei müssen wir auf die harten Schatten achten, welche durch die Sonne entstehen können, was aufgrund der ständig wechselnden Lichtverhältnisse uns Flexibilität während des ganzen Tages abverlangen wird.

Zudem hat Tageslicht eine andere Farbtemperatur als künstliches Licht und kann sich schnell ändern, wodurch die Gefahr besteht, dass das Video unterschiedliche Farbstiche hat. Wir müssen daher sicherstellen, dass wir die Farbtemperatur regelmässig anpassen, um ein ausgewogenes und natürliches Farbbild zu erzielen. Natürlich wird dies in der Nachbearbeitung noch perfektioniert.

Alles in allem erfordert die Belichtung im Freien viel Flexibilität und Anpassungsfähigkeit. Wir müssen auf Veränderungen schnell reagieren können und uns kreativ an die Gegebenheiten anpassen, um ein qualitativ hochwertiges Video zu produzieren. Mit der richtigen Herangehensweise und der nötigen Erfahrung können wir jedoch die natürlichen Lichtbedingungen optimal nutzen und somit ein beeindruckendes Ergebnis erzielen.



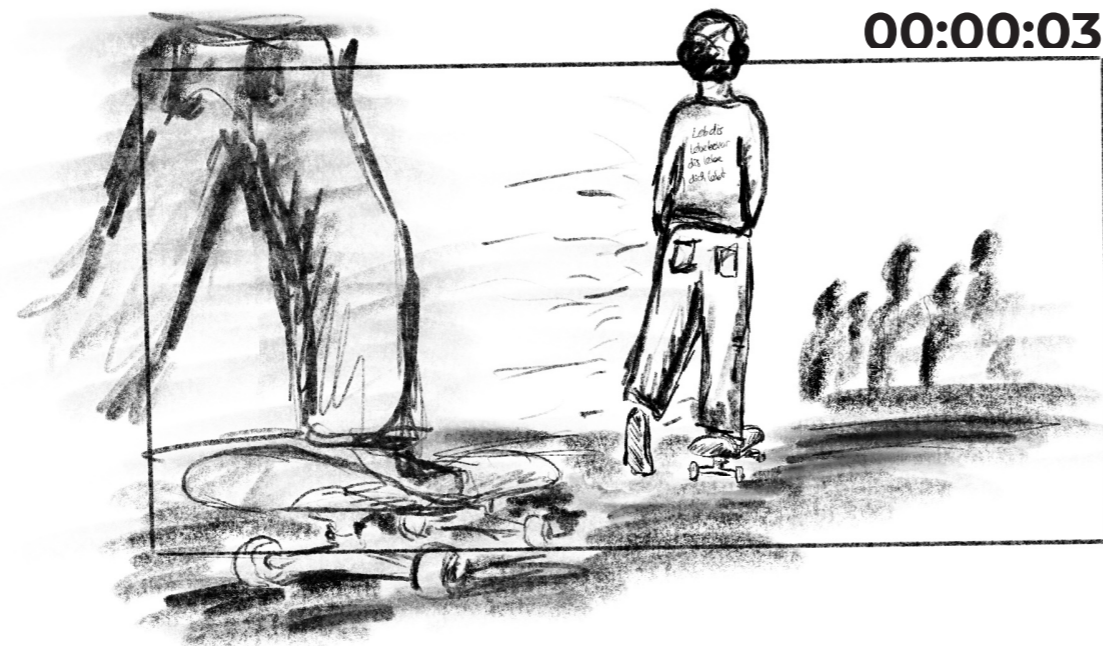


BISPIEL FÜR DREHORT

Die Wahl der Drehorte für das Video ist von grosser Bedeutung, da die Marke und die Stadt durch die Location repräsentiert werden. Die Zürcher Trams sind ein ikonisches Merkmal der Stadt und sollten daher im Video integriert werden. Die Limmat und der naheliegende See bieten eine malerische Kulisse mit Naturbezug. Auch die Altstadt Niederdorf kann mit ihrem Charme für ein authentisches Ambiente sorgen.

Parkhäuser mit Graffiti-Wänden können ein junges und urbanes Flair vermitteln. Zusätzlich sind Skateparks und öffentliche Parks im Allgemeinen beliebte Treffpunkte für Jugendliche und daher ein perfekter Drehort für einige unserer Szenen. Diese Locations strahlen Offenheit und Lebensfreude aus. Genau das wollen wir in unserem Werbefilm widerspiegeln. Die Vielfalt und Einzigartigkeit der Marke «Bevor» sollte durch die gewählten Drehorte unterstützt werden.

S' STORYBOARD



Szene 01

MUSIK

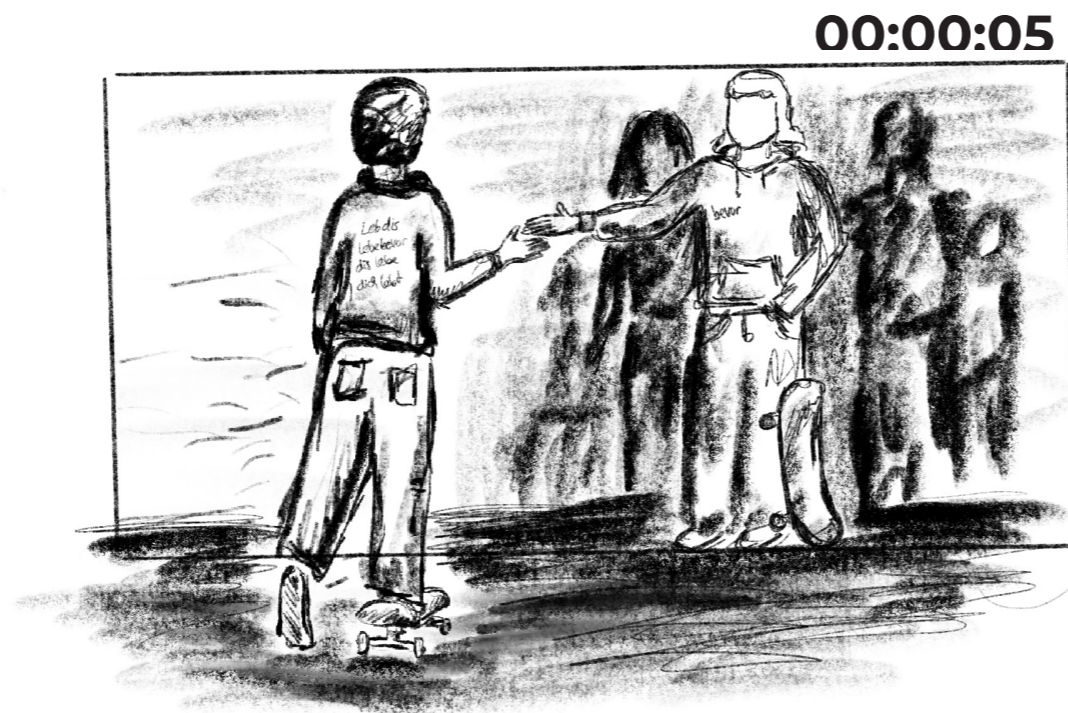
Leise Musik erklingt aus den Kopfhörern des Skaters.

SHOT

Die Kamera schwenkt vom Himmel nach unten und der Skateboarder fährt ins Bild. Die Kamera fokussiert die Schrift auf dem Rücken des Models.

KAMERA

Medium Shot



Szene 02

MUSIK

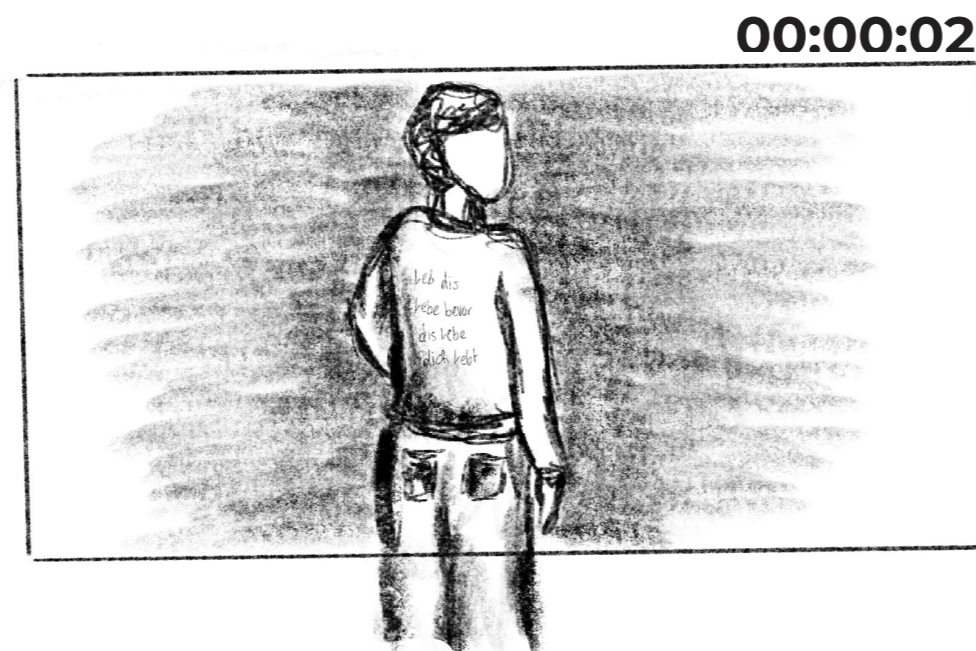
Der Skater nimmt seine Kopfhörer ab und die Musik wird leiser.

SHOT

Der Skater fährt ans Set und begrüßt die anderen Models mit einem Handschlag. Er stellt sich vor die Kamera und präsentiert den Hoodie.

KAMERA

Full Shot



Szene 03

MUSIK

Die Musik erklingt in voller Lautstärke.

SHOT

Das Model beginnt zu posieren. Es gibt ein Zoom in, welcher uns als Übergang für den Productshot dient.

KAMERA

Medium Shot

00:00:08



Szene 04

MUSIK

Die Musik spielt im Hintergrund in voller Lautstärke weiter.

SHOT

Es folgen verschiedene schnell geschnittene Sequenzen aufeinander. Das Model posiert mit der Marke «Bevor» und der Hoodie wird aus verschiedenen Perspektiven aufgenommen. Im Fokus stehen die aufgedruckten Schriften.

KAMERA

Abwechslung zwischen Medium Shot, Close Shot und Extreme Close Shot

00:00:03



Szene 05

MUSIK

Die Musik spielt im Hintergrund.

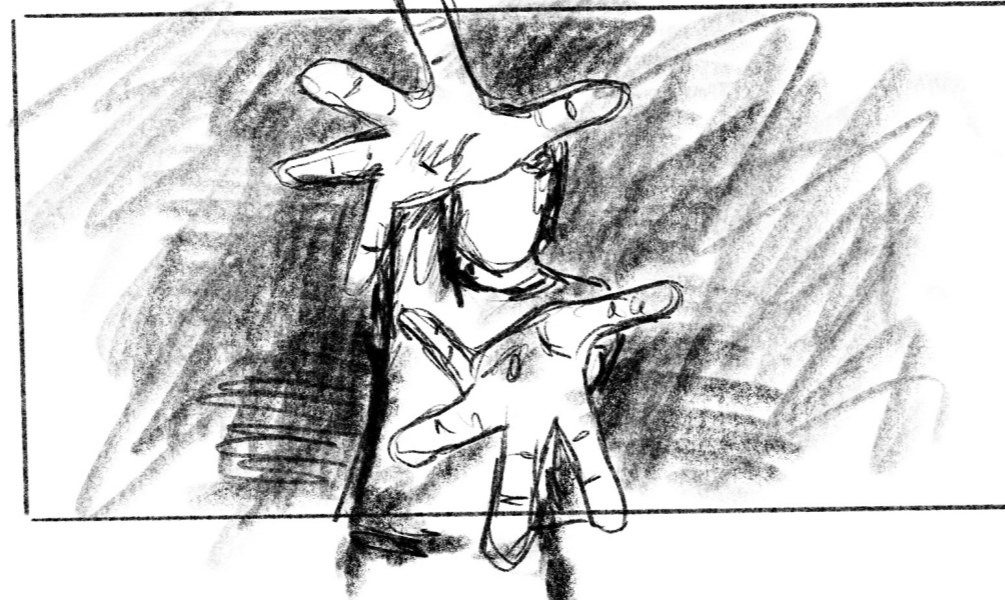
SHOT

Im Productshot arbeiten wir mit einigen Animationen. Mit diesen wollen wir die Schrift auf dem Pullover hervorheben.

KAMERA

Close Shot

00:00:02



Szene 06

MUSIK

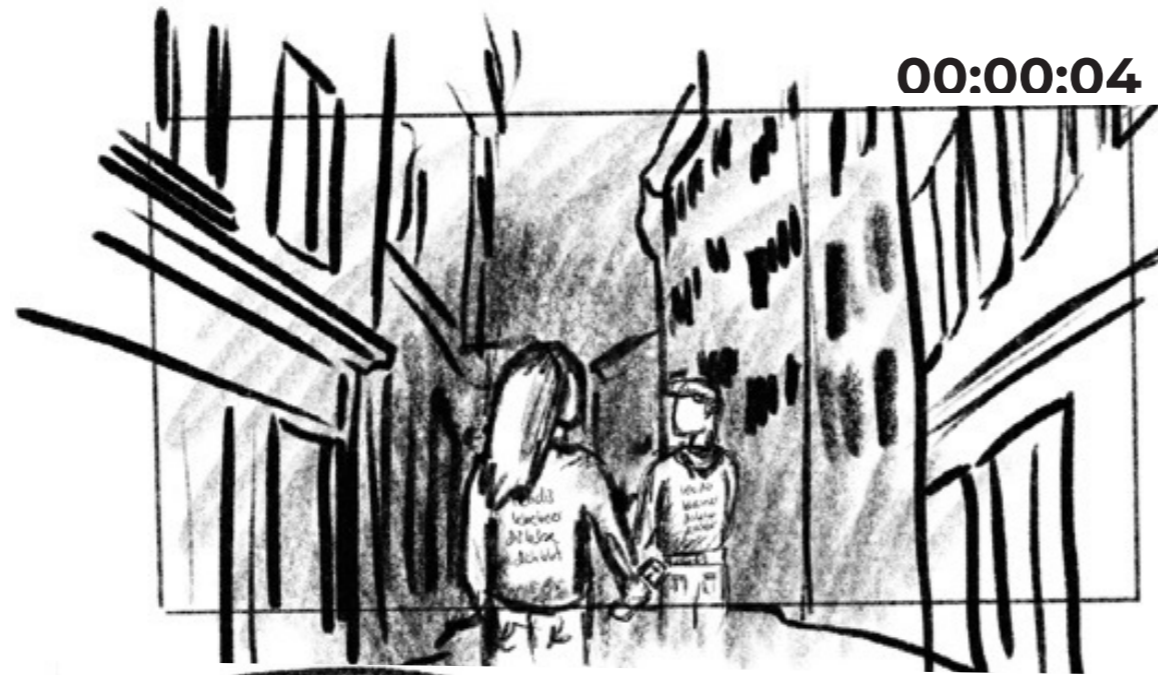
Die Musik spielt im Hintergrund.

SHOT

Das Model streckt seine Arme Richtung Kamera aus. Durch öffnen der Hände entsteht der Übergang zur nächsten Szene.

KAMERA

Von Medium Shot zu Close Shot



00:00:04

MUSIK

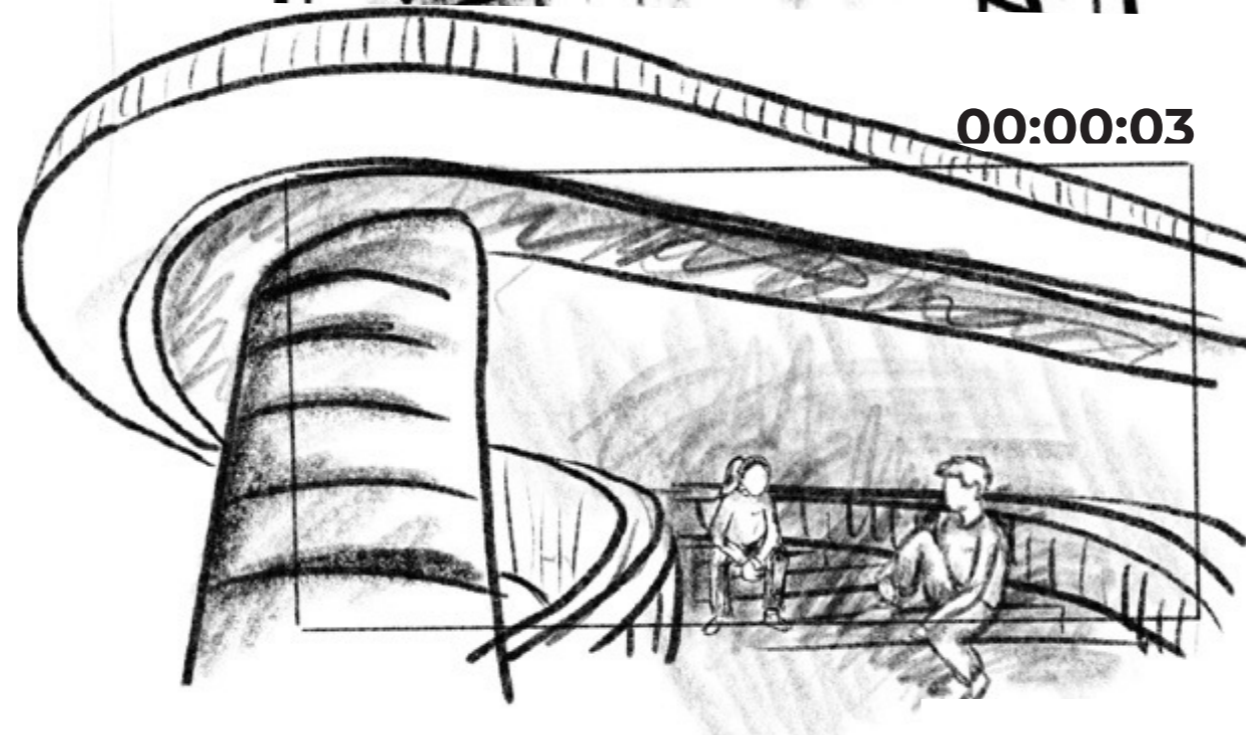
Die Musik spielt im Hintergrund.

SHOT

Die Models laufen gemeinsam durch die Altstadt. Sie lachen sich gegenseitig an und genießen den Scharm des Niederdörfli.

KAMERA

Abwechslung zwischen Full Shot, Medium Shot und Close Shot.



00:00:03

MUSIK

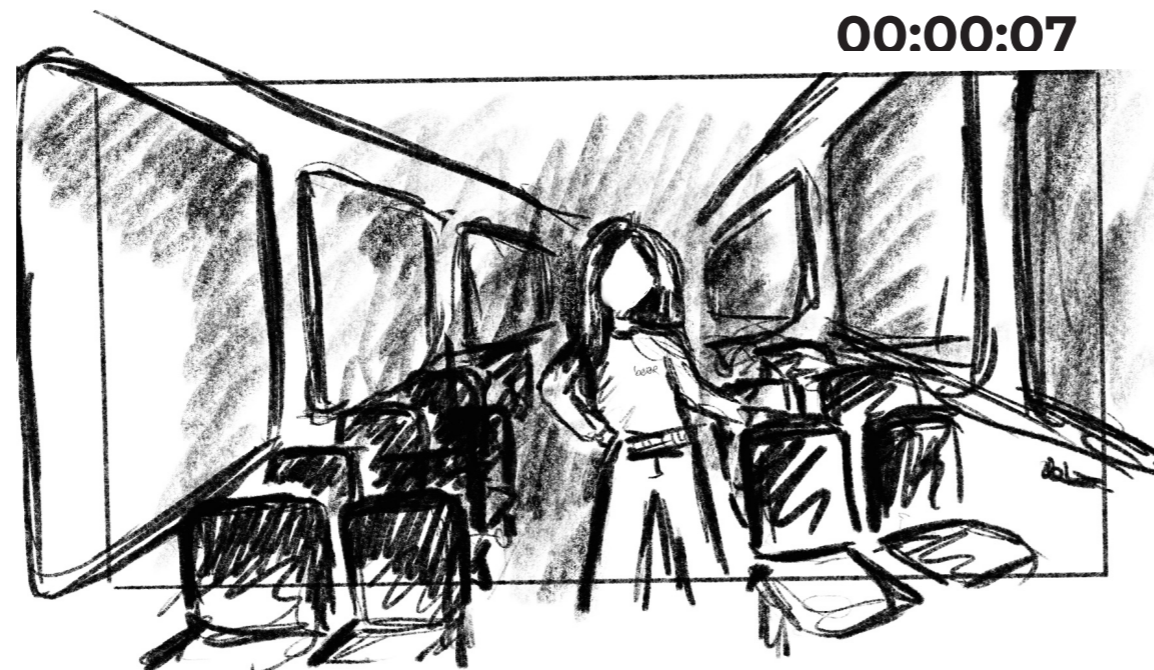
Die Musik spielt im Hintergrund.

SHOT

Für diese Szene nutzen wir eine Treppe. Die Models platzieren sich auf verschiedenen Treppenstufen und präsentieren den Hoodie gemeinsam.

KAMERA

Abwechslung zwischen Full Shot, Medium Shot und Close Shot.



00:00:07

MUSIK

Die Musik spielt im Hintergrund.

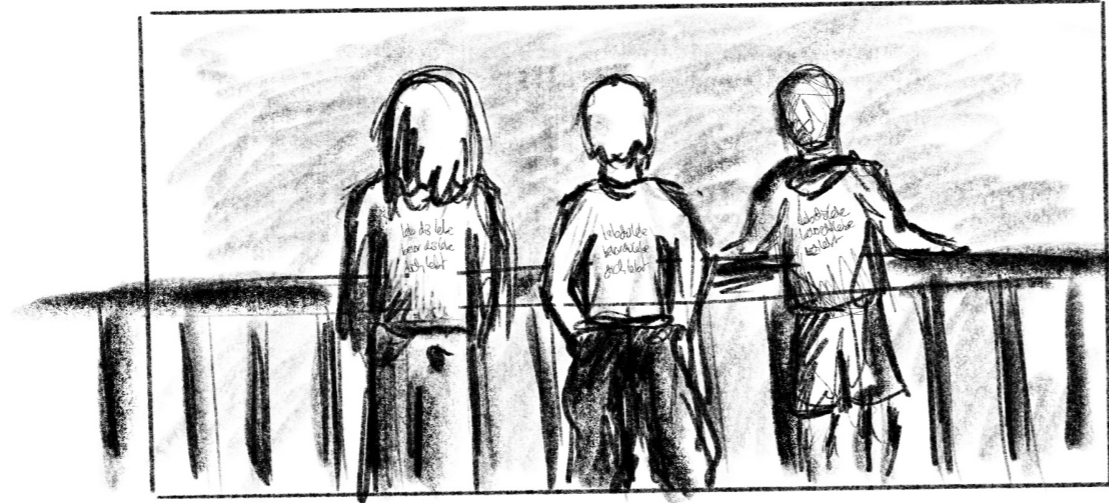
SHOT

Drei Models laufen durch den Gang eines Zürcher Trams. Sie setzen sich hin und es folgen einige Shots.

KAMERA

Abwechslung zwischen Medium Shot und Close Shot.

00:00:06



Szene 10

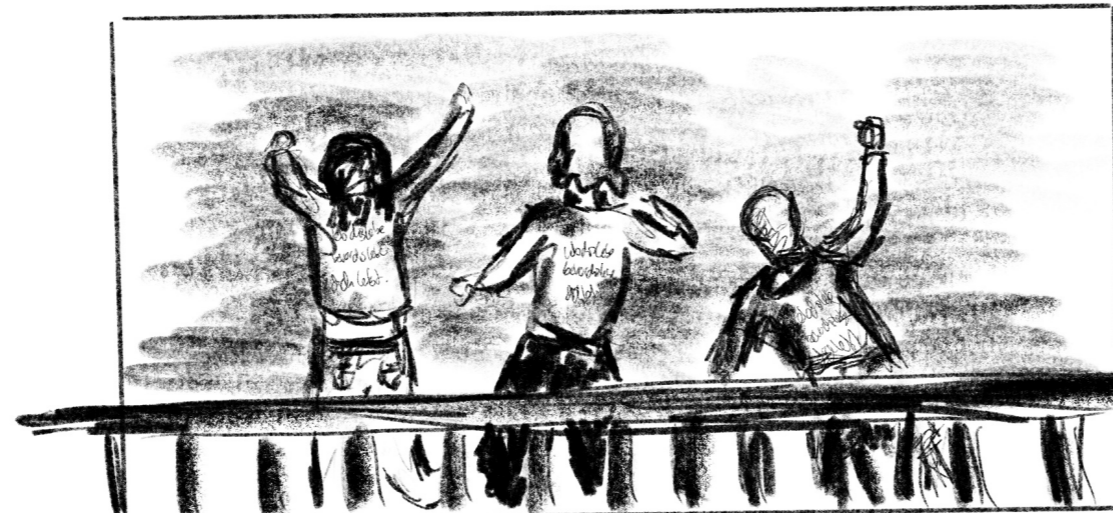
MUSIK Die Musik wird leiser und spielt im Hintergrund weiter.

SHOT Die Models stehen auf der Brücke und führen eine kurze Konversation. Eine Person ist sich über den Sprung nicht sicher.

KAMERA Abwechslung zwischen Medium Shot und Close Shot

0-TON Model1: «Ich glaub ned, dass das eh gueti Idee isch.»
 Model2: «Ah chum, leb dis Lebe...»
 Model3: «...bevor dis Lebe dich lebt»

00:00:03



Szene 11

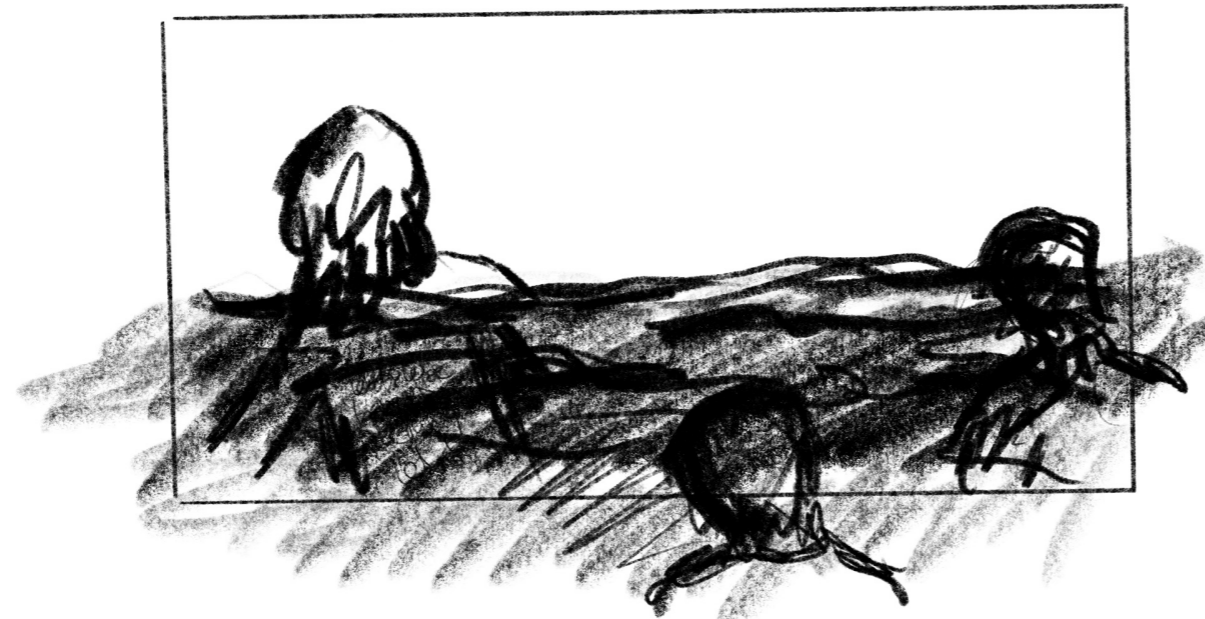
MUSIK Die Musik wird während des Sprungs etwas lauter.

SHOT Die Models springen mit den Hoodies von einer 10 Meter hohen Brücke ins Wasser.

KAMERA Full Shot

0-TON Alle Models schreien: «AHHHHHHHH»

00:00:05



Szene 12

MUSIK Die Musik erklingt ganz weit weg.

SHOT Die Models tauchen ins Wasser ein. Die Kamera geht für eine kurze Zeit unter Wasser und taucht nach ca. 3 Sekunden wieder auf. Nach einem kleinen Schwenker nach oben erscheint eine Logoanimation am Himmel.

KAMERA Abwechslung POV Shot und Medium Shot

FORTSETZIG

FOLGT GLI

