

**Staatlich geprüfter
Gestaltungstechnischer Assistent**



bib International
College

Auftraggeber
Additive Marking GmbH

A collage of images showing 3D printed parts and a person using a smartphone to scan a part. The collage is composed of several hexagonal frames. The top left frame shows a close-up of a 3D printed part with a blue cap. The middle left frame shows a 3D printed part with a blue cap. The middle right frame shows a 3D printed part with a blue cap. The bottom left frame shows a 3D printed part with a blue cap. The bottom middle frame shows a person holding a smartphone and scanning a 3D printed part. The bottom right frame shows a 3D printed part with a blue cap. The text on the right side of the collage reads: Thema Imagevideo, Auftraggeber Additive Marking GmbH, Studierende Kathrin Hensel, Jennifer Pietrzak.

Thema
Imagevideo

Auftraggeber
Additive Marking GmbH

Studierende
Kathrin Hensel
Jennifer Pietrzak

PR JEKTARBEIT

im Rahmen des Bildungsgangs

**Staatlich geprüfter
Gestaltungstechnischer Assistent**

am
bib International College Paderborn

Thema
Imagevideo

Auftraggeber
Additive Marking GmbH

Beteiligte Personen beim Auftraggeber
Dr. Ulrich Jahnke; Dr. Matthias Habdank; Leila Bracken

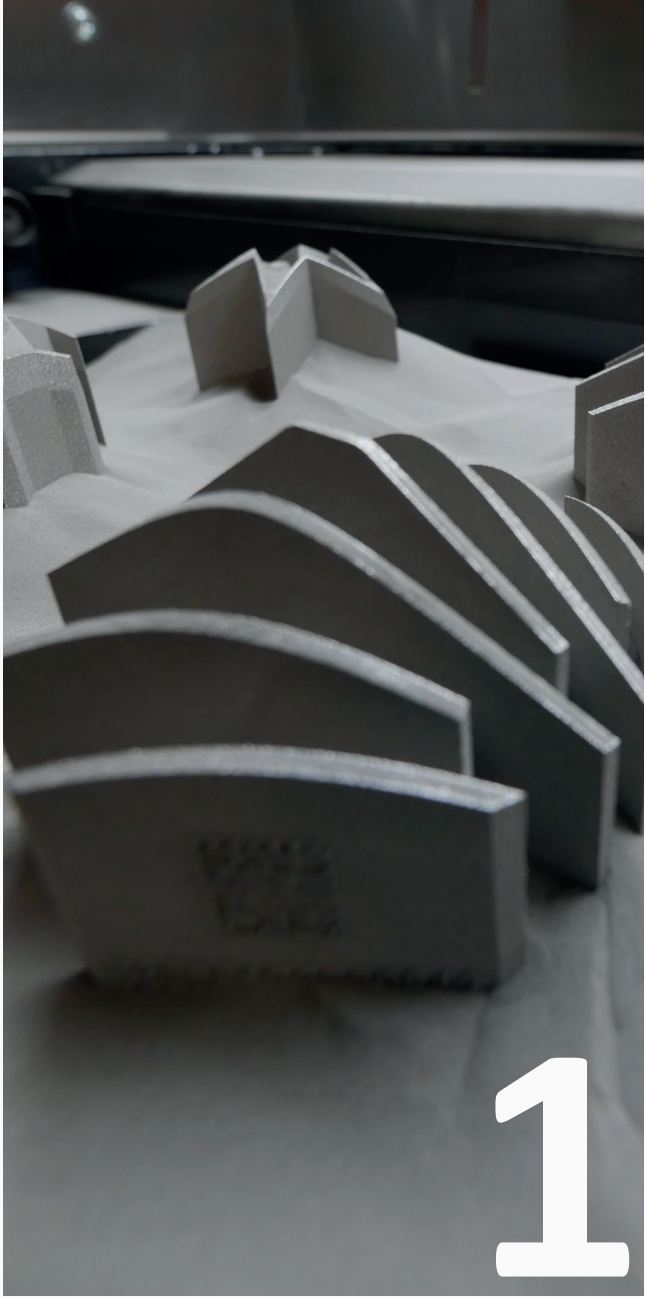
Ort der Durchführung
Unternehmen

Studierende
Kathrin Hensel; Jennifer Pietrzak

Klasse
PBM2H22A

Betreuender Dozent
Dipl.-Des. Roald Gramlich

Zeitraum
05.02.2024 - 27.03.2024



1

Projektdefinition

Kundenprofil	6
Ist - Situation	6
Bedarfsanalyse	7
Konkurrenzanalyse	7
Ressourcenklärung	12
Soll - Situation	13
Aufgabenstellung	13
Richtlinien	13
Definition der Zielgruppe	14
Leistungsbeschreibung	14
Weitere Vorgaben zum Projekt	15
Projektabgrenzung	15
Kann-Anforderungen	16



2

Grobkonzept

Persona Hauptzielgruppe (60%)	18
Persona Nebenzielgruppe 1 (20%)	19
Persona Nebenzielgruppe 2 (20%)	20
Prioritätenmatrix	21
Fazit	21
Strategie	22
Ideen-Entwurf	23
Inhaltskonzept	26
Medienspezifische Aspekte	27
Arbeitsmittel	27
Kostenkalkulation	28
Rahmenbedingungen	29
Zeitplan	29
Technische Anforderungen	31
Problemanalyse	31
Qualität	32
Liefer und Abnahmebedingungen	32

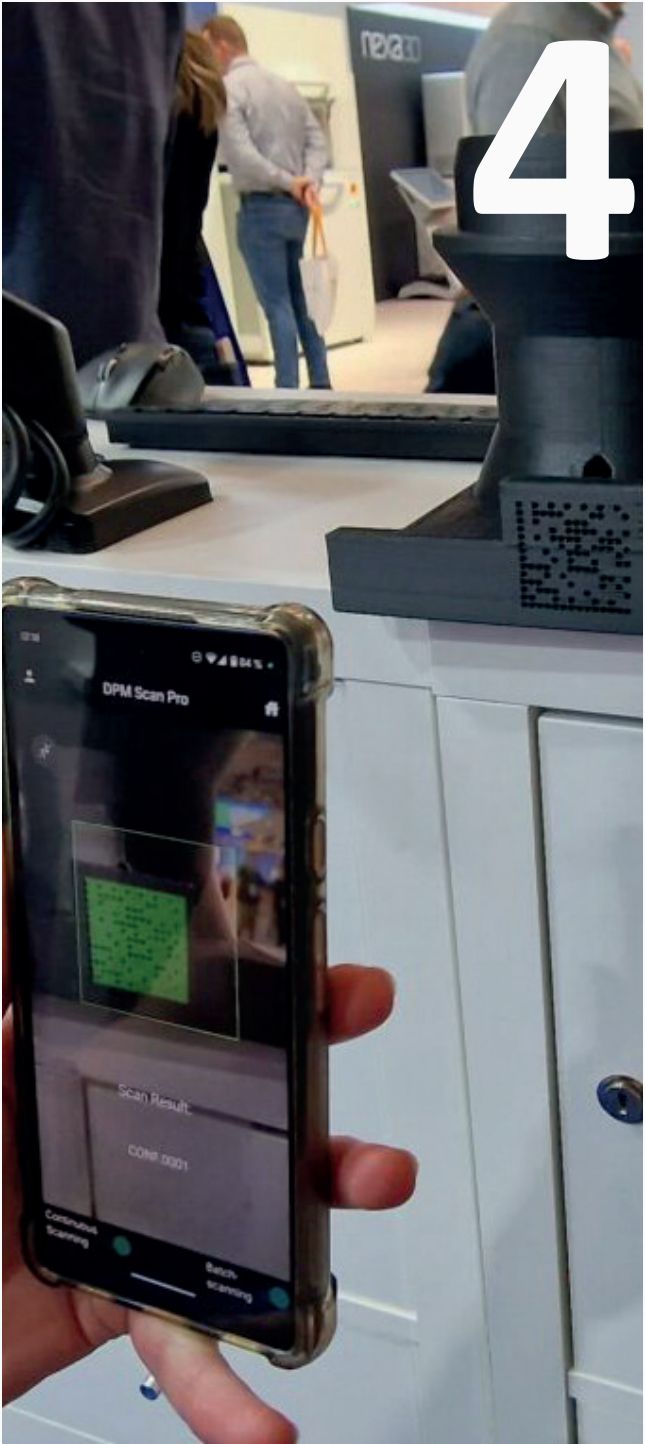
Feinkonzept

Treatment	34
Storyboard	37
Drehbuch	45
Kalkulation - Fiktiver Brief	50
Argumentationsführung	51



3

Abbildungsverzeichnis	53
Tabellenverzeichnis	54
Anhang	55



4

Projektdefinition

IST - SITUATION

Kundenprofil

Die Additive Marking GmbH bietet umfassende Lösungen für die Rückverfolgbarkeit von Komponenten, die nahtlos in ERP- oder MES-Systeme integriert werden können. Ihr Fokus liegt auf der Schaffung einer vollständigen End-to-End-Rückverfolgbarkeit von der Produktion bis zum Recycling. Das Unternehmen unterstützt Kunden bei der Überwindung von Datensilos, der Entwicklung digitaler Produktpässe und der Automatisierung von Workflows. Ihre Software Suite umfasst die DPM Scan Pro Technologie, den Serializer und das DLM Trust Center, die Funktionen wie digitales Bestandsmanagement, Serialisierung, integrierte Bauteilkennzeichnung, digitale Produktpässe und Fertigungsprozessverfolgung bieten. Zusätzlich bieten sie einen Zertifizierungsservice iAM APPROVED für additive Fertigung nach DIN EN ISO/ASTM 52920 in Zusammenarbeit mit dem TÜV NORD an. Ihre Module verfügen über APIs für eine nahtlose Integration in bestehende Systeme, und sie bieten maßgeschneiderte Lösungen, die den individuellen Geschäftsanforderungen gerecht werden.





Bedarfsanalyse

Das Unternehmen profitiert von einem Imagefilm, da er den Einstieg in das Thema der Softwarelösung erleichtert und Kunden die Kernfunktionen des Produktes aufzeigt. Dadurch können potenzielle Kunden entscheiden, ob diese von dem Produkt profitieren.



Konkurrenzanalyse

Es ist wichtig, die Konkurrenz zu kennen und sich von dieser abzuheben. Deswegen wurde für dieses Medienprojekt eine kurze Konkurrenzanalyse von folgenden drei Konkurrenten durchgeführt:

- Global Traceability Solutions
- CodeIT AB
- eFlex Systems



Global Traceability Solutions

Global Traceability Solutions (GTS) ist ein Anbieter für Softwarelösungen für die Rückverfolgbarkeit entlang der gesamten Lieferkette. Das Unternehmen selbst bietet spezialisierte Lösungen für Kunden aus verschiedenen Branchen an, um die Herkunft, den Standort und den Verlauf ihrer Produkte oder Komponenten zu verfolgen. Das Unternehmen zeichnet sich darüber aus, dass es branchenspezifische Anforderungen erfüllen kann. Die Rückverfolgung realisieren Sie über Barcodes, RFID- und QR-Codes. Dadurch können sie ihren Kunden helfen, Regularien einzuhalten. Zudem bieten sie Beratungen und Integrationservices an, um ihre Software an die bestehende Infrastruktur anzupassen.

GTS vermittelt über ein klares Logo, eine konsistente Farbpalette und ein modernes Design Vertrauen und Glaubwürdigkeit. Über Fallstudien, Kundenreferenzen und Fachartikel stellen Sie Ihre Branchenkompetenz dar. Mithilfe von Forschungspartnern wollen sie zeigen, dass sie nach neuen Lösungen und Technologien suchen. Ein Schwerpunkt ihrer Werte liegt beim Kundenservice und beim Pflegen ihrer langfristigen Kundenbeziehungen. Auch die Nachhaltigkeit spielt in ihrer Kommunikation eine Rolle.



CodeIT AB

CodeIT AB ist ein Unternehmen, welches Lösungen für die Automatisierung und Rückverfolgbarkeit von Produkten anbietet. Sie helfen ihren Kunden dabei, ihre Produktionsprozesse zu automatisieren und zu optimieren. Zudem bieten Sie an, die Produkte über die gesamte Lieferkette verfolgbar zu machen. Dadurch können auch Transparenz und Qualitätssicherung in der Fertigungsindustrie sichergestellt werden. Sie geben auf Ihrer Webseite an, dass sie flexible, skalierbare und integrative Lösungen besitzen sowie einen Kundenservice betreiben, um technischen Support sicherzustellen.

CodeIT AB legt viel Wert auf die Kommunikation mit potenziellen Kunden, da sie auf ihrer Webseite die Effizienzsteigerung und Qualitätsverbesserung, die mit ihrem Produkt einhergehen, deutlich machen wollen. Über Text, aber auch viel über Bilder und Videos. Dass Kundenkontakt ihnen sehr wichtig ist, zeigen sie auch durch eine Auflistung von Kunden auf der FrontPage ihrer Webseite, die mit ihnen arbeiten. Mit ihrem Design und der dezenten Farbpalette wirken sie professionell.



eFlex Systems

eFlex Systems ist ein Anbieter für das Manufacturing Execution System (MES). Sie bieten Workflow-Automatisierung, Rückverfolgbarkeit und Qualitätsmanagement an. Sie passen ihre Software an die Kunden individuell an und wollen damit sicherstellen, dass Kunden dadurch effizienter werden und ihre Qualität besser unter Kontrolle haben. Das Unternehmen bietet Integrationsdienste, Beratung und Schulung an, sowie einen Kundenservice.

eFlex Systems Kommunikation mit Kunden erfolgt über ihre Webseite, schwerpunktmäßig durch Bilder und Videos: Auch sie zählen ihre Kunden auf und legen Wert, ihre Success-Stories bekannt zu geben. Sie legen auch einen Schwerpunkt auf Fallstudien, Kundenreferenzen und Fachartikel, um ihre Branchenkompetenz darzustellen. Sie bieten mit ihrem Design ein professionelles Image.



ADDITIVE MARKING

Was kann für das Medienprojekt für das Unternehmen Additive Marking GmbH übernommen werden?

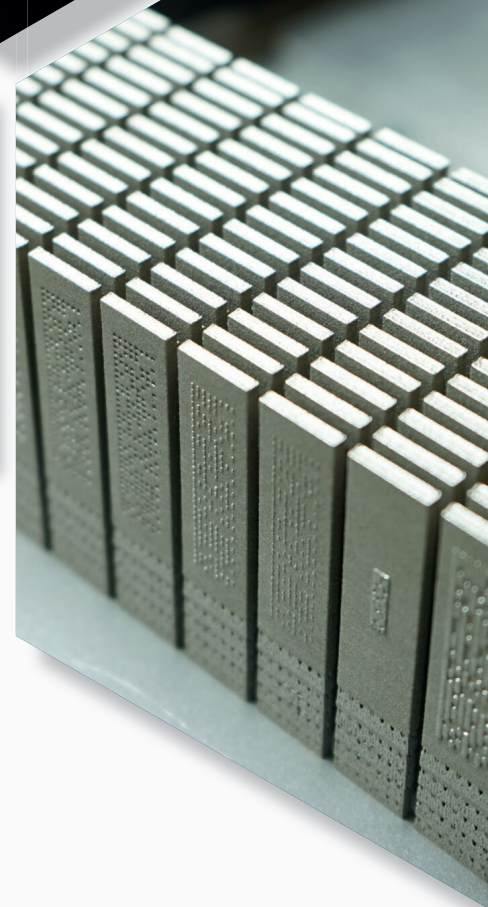
Klarheit und Professionalität: Es sollte sich auf eine klare Botschaft beschränkt und, durch ansprechende Visualisierung, auf eine professionelle Darstellung gebaut werden.

Nutzen des Corporate Designs (CD): Es soll sich an die CD gehalten werden, um potenzielle Kunden nicht zu verwirren und deutlich zu machen, dass das Video über die Additive Marking GmbH handelt.

Branchenlösungen: Es könnten im Video Anwendungsbeispiele oder Fallbeispiele gezeigt werden, um das Vertrauen potenzieller Kunden zu stärken und die Wirksamkeit der Lösungen, die die Additive Marking GmbH bietet, zu präsentieren.



Ressourcenklärung



Das Unternehmen profitiert von einem Imagefilm, da er den Einstieg in das Thema der Softwarelösung erleichtert und Kunden die Kernfunktionen des Produktes aufzeigt. Dadurch können potenzielle Kunden entscheiden, ob diese von dem Produkt profitieren.



Soll - Situation

Aufgabenstellung

Für einen Imagefilm des Unternehmens werden ein Entwurf, ein Expose, ein Treatment, ein Storyboard und ein Drehbuch erstellt. Der Film wird gedreht und das Filmmaterial geschnitten und gerendert.



Richtlinien

Mit Hilfe des Imagefilms soll potenziellen Zielgruppen (mehr unter 3.1.3) der Mehrwert des Unternehmens und seiner Produkte vermittelt, sowie das Unternehmen vorgestellt werden.

Definition der Zielgruppe

Bei der Hauptzielgruppe handelt es sich um Personen, die in der Regel aus der Automobil-/Bahn-/Öl- oder Gasbranche kommen. Diese Personen haben eine Berechtigung zur Budgetverwaltung. Demnach sind es potenzielle Kunden, für welche neben den technischen Vorteilen ebenfalls die wirtschaftlichen Vorteile der Produkte von Bedeutung sind. Es besteht ein Bedarf in der Funktion der Software. Gleichzeitig sind der Preis und die Frage, wann sich das Investment rentiert, wichtige Faktoren.

In dem folgenden Abschnitt wird auf die Nebenzielgruppen eingegangen. Bei der ersten Nebenzielgruppe handelt es sich um Supply-Chain-Manager, für welche die Minimierung der Anzahl der Arbeitsschritte im Fokus steht.

Die zweite Zielgruppe stellen Ingenieure dar, welche technisch versiert sind und ein tieferes Verständnis für die Software aufweisen. Der Fokus liegt bei dieser Zielgruppe auf den technischen Details, da sie täglich mit der Thematik konfrontiert sind und in Ihrem Arbeitsablauf von der Software profitieren können.

Leistungsbeschreibung

Folgende Leistungen sind zu erbringen:

Projektteam:

Erstellung eines Vorstellungsvideos (Unternehmensvorstellung inklusive Mehrwert)

Das Video sollte nicht länger als 1,5 Min sein.

Separate Erstellung von einem Intro- und einem Outro-Video.

Zusammenfügen der zuvor genannten Videos zu einem Imagevideo.

Unternehmen:

Organisation einer Dreherlaubnis in einem Partnerunternehmen.

Bereitstellung von entsprechender Hard- und Software zum Verarbeiten der Materialien.

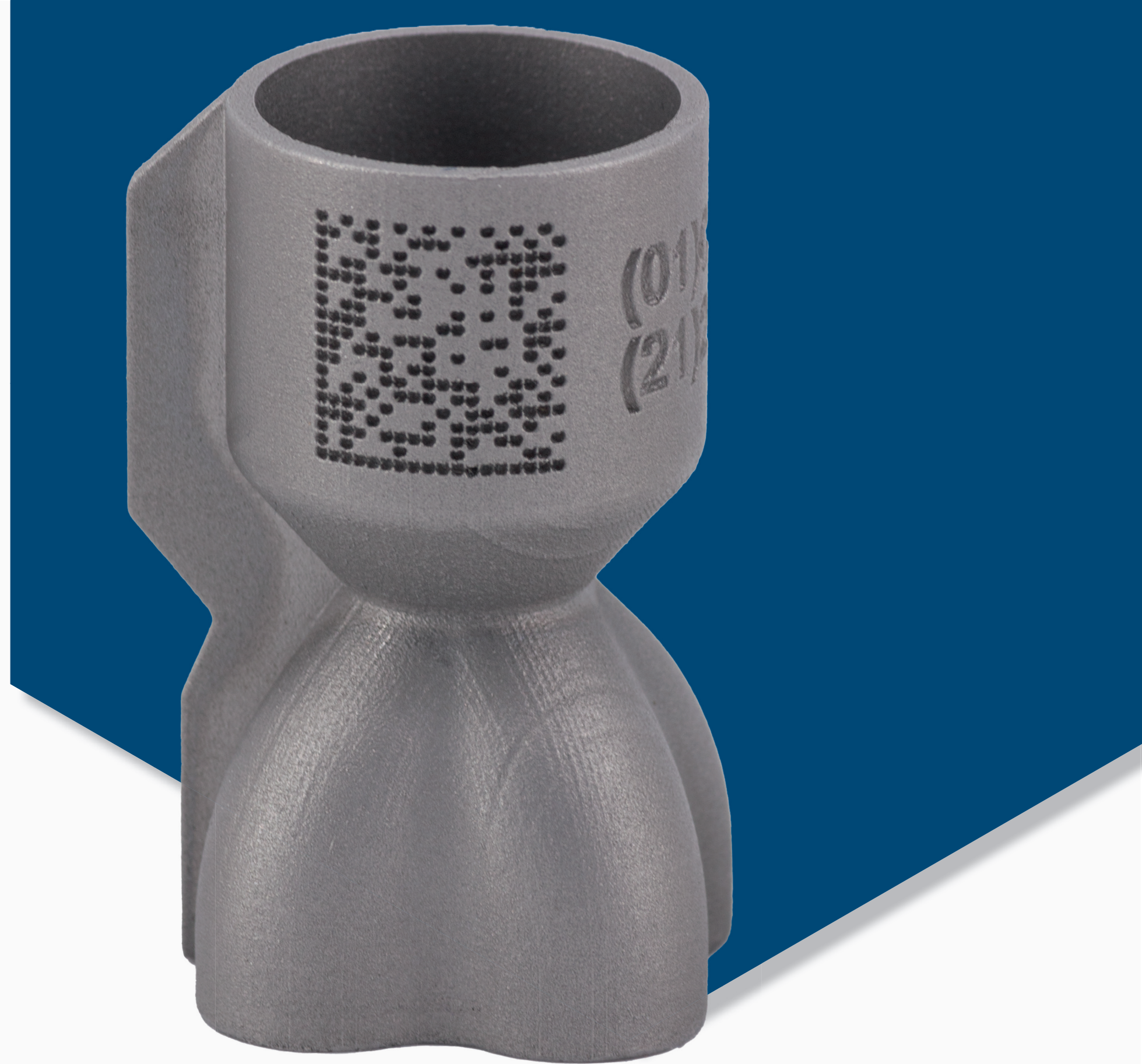
Weitere Vorgaben zum Projekt

Das Video wird in einer Qualität von 4k und 50 fps gerendert. Intro sowie Outro sind separat an die Firma weiterzuleiten.

Projektabgrenzung

Die Realisierung des Projekts ist abhängig von der zuvor erwähnten Dreherlaubnis, sowie der Bereitstellung von Arbeitsplätzen mit der entsprechenden technischen Ausstattung, um das Material bearbeiten zu können.

Des Weiteren ist das Projektteam nicht für das Sammeln von Material für das gewünschte Mosaik verantwortlich. Dieses ist von dem Unternehmen zur Verfügung zu stellen.



Kann-Anforderungen

Optional werden Tutorial-Videos angefertigt. Die Videos dienen der Erklärung der Software des Unternehmens Additive Marking GmbH. Diese sollen die Handhabung Ihrer Produkte verständlich machen. Die zuvor erstellten Intro- und Outro-Videos sollen auch hier genutzt werden.

Grobkonzept

Persona Hauptzielgruppe (60%)

Maria von Lichtenstein (42)



Technical-Manager eines Mobilkonzerns
Leitet die technische Abteilung
Leitet ein Team von 12 Personen
Verantwortlich für die Budgetverwaltung
Seit 20 Jahren im Betrieb
Verheiratet
Hat einen Sohn (15)
Organisiert
Höflich
Ambitioniert
Gepflegtes Erscheinungsbild
Hobbys: Lesen, Pilates

Ziele

Möchte eine erfolgreiche Karriere.
Möchte gleichzeitig für Ihre Familie da sein.

Motivation

Ich möchte einen Beitrag zu unserem Unternehmen leisten.
Ich möchte meinen Job gut machen.
Ich möchte die Produktionskosten senken.
Ich möchte eine unkomplizierte Lösung für die Markierung unserer Produkte.

Profiling

„Hoffentlich gibt es auf der Messe neue Ansätze, die wir in der Firma benutzen können. Die Produktionskosten müssen definitiv gesenkt werden, um das Jahresziel zu erreichen. Wenn sich die Veranstaltung heute nicht lohnt, habe ich schon wieder unnötig einen Samstag mit meiner Familie verschenkt.“

Fragen

Wie kann die Produktion optimiert werden?
Wie kann das Unternehmen effizienter werden?
Welche neuen Techniken gibt es auf dem Markt?
Wie können wir nachhaltig produzieren?
Wie können wir das Haftungsrisiko verringern?
Wie können wir unsere Qualität tracken?

Persona Nebenzielgruppe 1 (20%)

Jonathan Schneider (30)



Supply-Chain-Manager eines Ölkonzerns
Seit 5 Jahren im Betrieb
Ledig
Organisiert
Professionell
Geht gerne feiern
Legt Wert auf sein Äußeres
Besucht seine Eltern regelmäßig
Hobbies: Feiern, Zocken

Ziele

Möchte seine berufliche Qualifikation weiter ausbauen.
Möchte eine Partnerin finden.
Möchte mit seinen Freunden sozialisieren.

Motivation

Ich möchte über die Verbesserungen erfahren.
Ich möchte die Informationen schnell erfahren.
Ich möchte die Informationen ordnen.

Profiling

„Oh, es gibt wieder neue Ansätze für die Optimierung der Supply-Chain auf LinkedIn... Mal schauen, was die Firma so anbietet, vielleicht ist ja was Nützliches dabei. Am Mittwoch geht's zu einer Messe, vielleicht kann ich mir die Sachen da persönlich anschauen. Cool, gleich Mittagspause. Erst mal im Büro fragen, wer noch mit zum Supermarkt will.“

Fragen

Wie kann das Produkt die Supply Chain optimieren?
Wie kann ich CO2 weiter einsparen?
Wie kann ich meine Produkte einfacher nachverfolgen?
Wie kann ich die Produkte im Digital Warehouse besser strukturieren?

Persona Nebenzielgruppe 2 (20%)

Irina Petrovsky (27)



- Ist Ingenieurin in einem Bahnunternehmen
- Hat die Verantwortung für ein kleines Team
- Ist Verlobt
- Ist Ambitioniert
- Ist Höflich
- Hobbies: Bogenschießen
- Geht gerne mit Ihren Freunden aus

Ziele

Möchte ihre Karriere vorantreiben.
Möchte ihre kommende Hochzeit planen.
Möchte einen guten Job machen.

Motivation

Ich möchte meinen Job vereinfachen.
Ich möchte meine Prozesse optimieren.
Ich möchte meine technischen Zeichnungen digitalisieren.

Profiling

„Jetzt wurde ich schon wieder auf eine Messe geschickt. Vielleicht werden da interessante Innovationen vorgestellt. Neue Technologien, um meine Arbeit simpler zu machen. Die Firma hat zwar schon angefangen, die technischen Zeichnungen zu digitalisieren, aber die Software, um damit umzugehen, ist sehr umständlich. Außerdem ist unser Digitalwarehouse sehr chaotisch.“

Fragen

Wie kann ich meine Prozesse optimieren?
Wie kann das Digitalwarehouse optimiert werden?
Wie kann ich meine Zeichnungen einfach digitalisieren?

Prioritätenmatrix

Tabelle 1: Prioritätenmatrix

	Hauptzielgruppe (60%)	Nebenzielgruppe (20%)	Nebenzielgruppe (20%)	Gesamtpunktzahl
Einsparung von Arbeitsschritten	2	2	1	180
Return of Investment	2	1	1	160
Digital Warehouse Erstellen/ optimieren	1	1	2	120
Verbesserung der Lieferketten	1	2	0	100
Verbesserte CO ² -Bilanz	1	0	0	60

Tabelle 2: Bewertungsschlüssel der Priotitätenmatrix

Wert	Bedeutung
2	Sehr Wichtig
1	Wichtig
0	Neutral
-1	Irritierend

Fazit

Für die Hauptzielgruppe sind primär der Return of Investment und die Optimierung der Arbeitsabläufe von Interesse, da diese für Investitionen und Gewinnmaximierung verantwortlich ist.

Die Nebenzielgruppen legen hingegen ihr Augenmerk auf die Optimierung des Workflows, da es ihren Arbeitsalltag erleichtert.

Folglich sollte das Video den Fokus auf die Vereinfachung der Produktion und den Return of Investment legen, um die relevanten Vorteile der Software hervorzuheben.

Die Vision

„Wie können wir potenziellen Neukunden den Mehrwert der Software aufzeigen?“

Die Umsetzung

Das Unternehmen wird potenziellen Neukunden präsentiert und die Nutzung der Software, sowie deren Vorteile vereinfacht dargestellt. Dabei wird der Wert einer Investition in die Software hervorgehoben und verschiedene Einsatzbereiche dargestellt, um die Vielseitigkeit aufzuzeigen. Des Weiteren werden Interviews der Geschäftsleitung eingebunden, um eine persönliche Note mit einzubringen.

Strategie

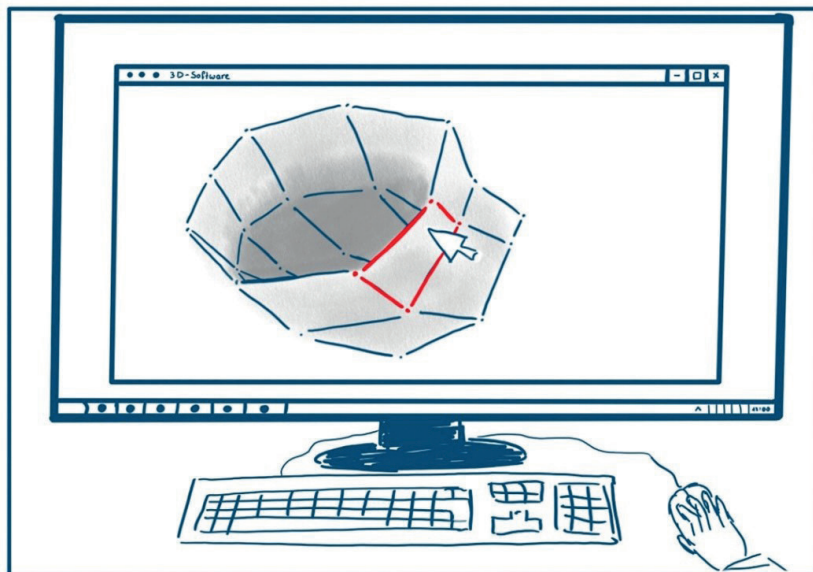
Ideen-Entwurf

Das Intro wird aus einer Animation des Logos bestehen.

Das Logo setzt sich aus Mosaiken zusammen. Das Mosaik zeigt verschiedene Bildausschnitte der Produkte, die das Unternehmen Additive Marking GmbH anbietet.

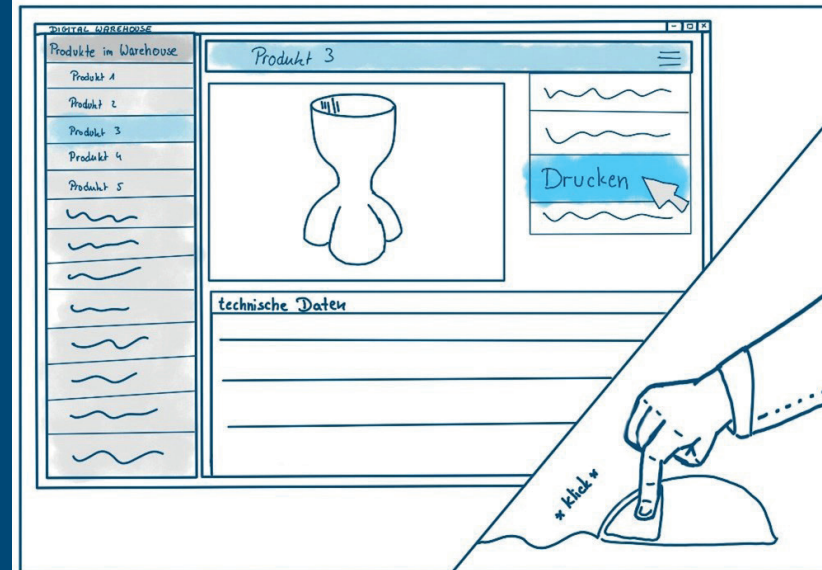
Anschließend werden einige wenige sorgfältig ausgewählte Sneak-Peaks eingeblendet, welche später im Video wieder aufgegriffen werden. Dies soll der Zielgruppe einen Vorgeschmack für den folgenden Imagefilm gewähren und einen ersten Eindruck von der Software geben.

Der Hauptteil zeigt den Weg von der Digitalisierung des Produktes bis hin zum fertigen Produkt und wie die Nachverfolgbarkeit von dort aussehen kann. Des Weiteren werden die verschiedenen Produkte und Dienstleistungen der Additive Marking GmbH vorgestellt. Hier soll den Zielgruppen der Mehrwert der Produkte aufgezeigt werden. Dies kann wie folgt realisiert werden:

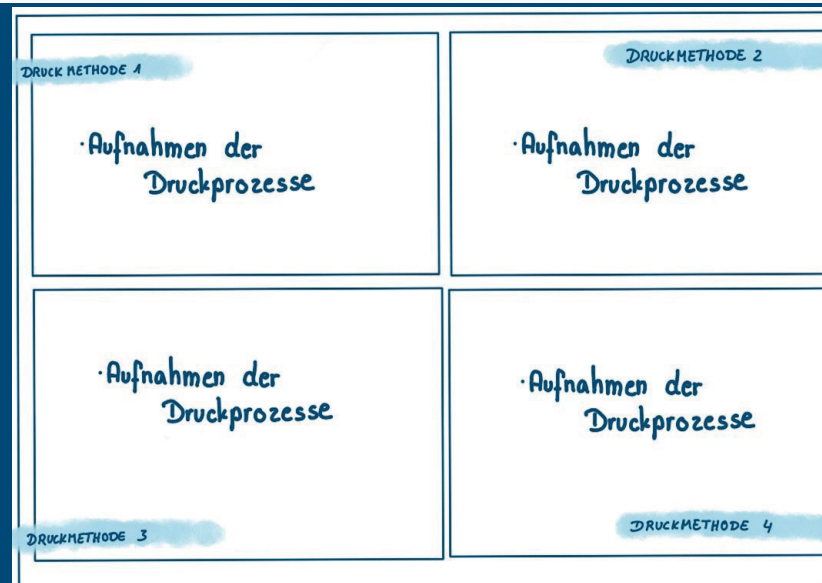


Der Weg von der Software zum fertigen Produkt

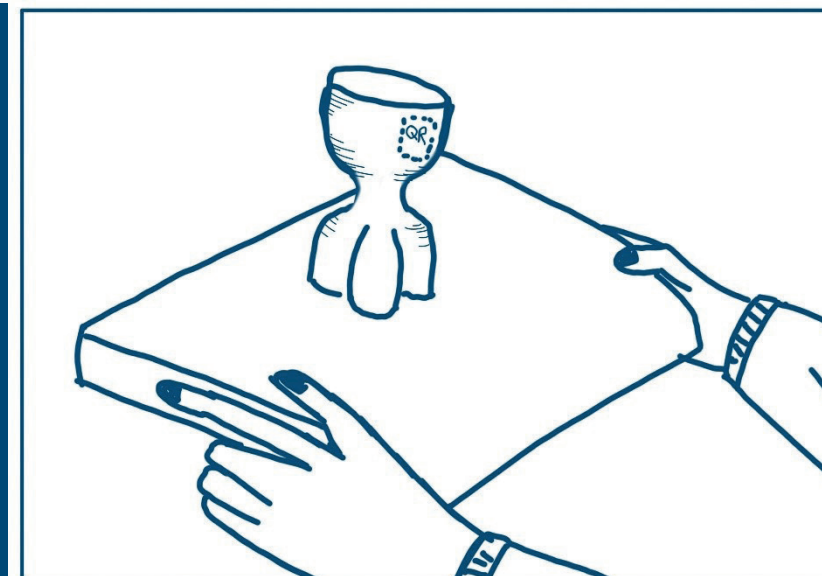
Im ersten Schritt wird ein 3D-Modell vom Produkt erstellt, welches in die Datenbank oder das Digitalwarehouse eingepflegt wird. Hierbei handelt es sich um den Startpunkt des digitalen Zwillings des Produktes, welcher die Nachverfolgbarkeit gewährleistet. Die Digitalisierung muss nicht unbedingt im Unternehmen geschehen. In diesem Abschnitt kann den Zielgruppen gezeigt werden, dass ein Digitalwarehouse von Nutzen sein kann, um die Produkte zu digitalisieren.



Anschließend geht es ins Unternehmen. Das Digitalwarehouse wird gezeigt, wo ein Produkt ausgewählt wird und der Bau-Job gestartet wird. Die Maschine kann sich alle wichtigen Daten aus der Datenbank herunterladen und braucht nur noch einen Klick am Rechner, um den Druck des Produktes zu starten.

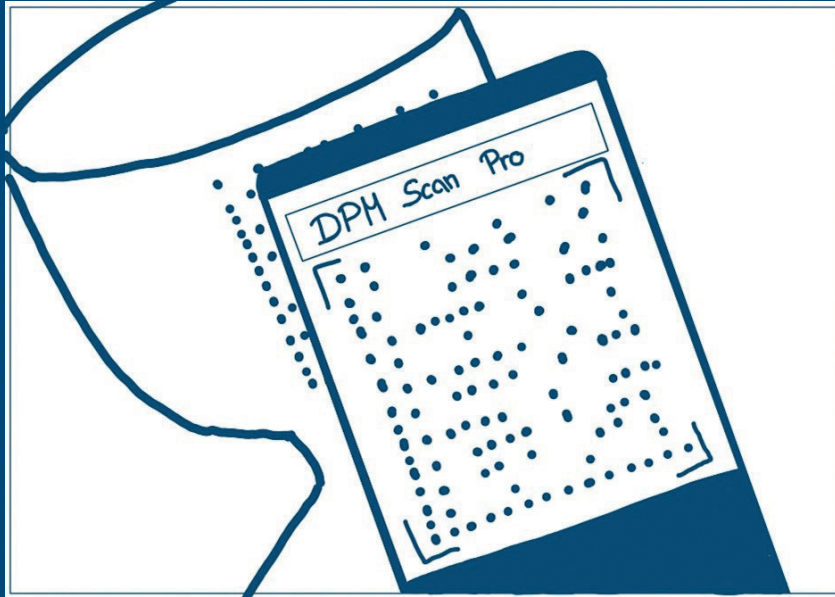


Es wird der Vorgang des Druckens visualisiert. Drei weitere Druckoptionen folgen und werden parallel angezeigt. Dies kann den Zielgruppen Möglichkeiten aufzeigen, bei denen man die integrierte Markierung implementieren kann. Auch der geringere Aufwand, um ein Produkt fertig zu stellen, soll deutlich werden.

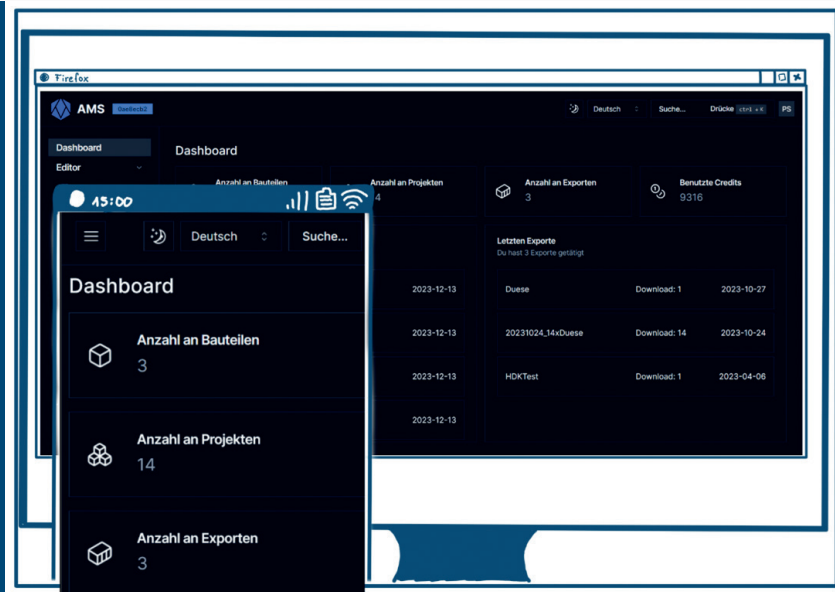


Nachdem das Produkt erstellt wurde, wird es aus der Maschine entnommen. Es sollte eine Nahaufnahme des Produktes gemacht werden, um die Markierung deutlich hervorzuheben. Hier soll den Zielgruppen gezeigt werden, dass die Markierung erfolgreich im Produkt eingebaut wurde und deutlich zu erkennen ist.

Anschließend nimmt der Mitarbeiter das Produkt in die Hand und scannt es mit der App direkt am Arbeitsplatz. Dort stellt er seinen Arbeitsschritt als erledigt ein und das Produkt kann in den nächsten Arbeitsschritt. Dort soll der Zielgruppe deutlich gemacht werden, dass der Vorgang, schnell, verlässlich und ohne Papier von Statten läuft.



Danach gibt es weitere Einblicke in die AMS und ihre Funktionalitäten. Hier soll das Produkt den Zielgruppen näher vorgestellt werden und einige Funktionalitäten sollen beispielhaft gezeigt werden.



Zum Schluss gibt es einen Bildschirm mit Aufzählungen der Vorteile der Produkte, welche das Unternehmen Additive Marking GmbH bietet. Diese werden nach und nach eingeblendet. Dies soll den Zielgruppen als Zusammenfassung dienen und die Vorteile verständlich zusammenfassen. Dies soll den Zielgruppen am längsten im Gedächtnis bleiben. Folgende Punkte könnten erwähnt werden:

- CO2 Einsparungen
- Keine Papierverschwendung
- Alle wichtigen Produktdaten an einem Ort
- Schnelle Serialisierung
-

Beendet wird das Video mit einem animierten Outro mit den wichtigsten Kontaktdaten und einem QR-Code, der zur Webseite führt.

Inhaltskonzept

Inhalt

Intro: Bilder des Unternehmens in Form eines Mosaiks
Hauptteil: Es wird die additive Fertigung von der Planung über die Fertigstellung des Produktes bis hin zu einem Scann-Vorgang und dem Abrufen der enthaltenen Informationen aufgezeigt. Die Unternehmensleitung stellt sich in einem Abschnitt des Videos vor und erläutert die Vorteile hinter ihrem Unternehmen.
Outro: Bilder der Unternehmensleitung, Kontaktdaten sowie QR-Code zur offiziellen Website

Darstellungsformen

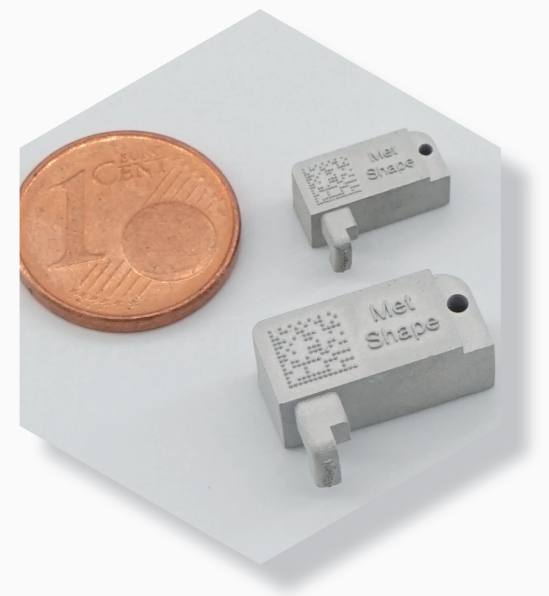
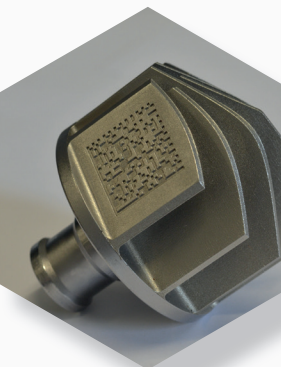
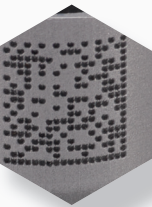
Das Imagevideo wird in einer Qualität von 4 k und 25 fps gerendert. Neben dem Logo werden in dem Video die Unternehmensfarben, sowie Hexagone eingebunden, um das Corporate Design des Unternehmens aufzugreifen.

Strategiebezug

Der Weg der additiven Fertigung visualisiert die Verbesserung des Workflows, sowie Einsparungsmöglichkeiten, die sich daraus ergeben. Es wird der Mehrwert des Unternehmens verständlich anhand eines praktischen Beispiels demonstriert und der Kunde wird überzeugt, dass sich eine Investition in die Software lohnt. Des Weiteren entwickelt dieser durch das Video der Unternehmensleitung einen persönlichen Bezug zu dem Unternehmen. Darüber hinaus werden in diesem Abschnitt die Vorteile erneut aufgezählt und schriftlich angezeigt, damit sich diese beim Kunden einprägen.

Zielgruppenbezug

Der aufgezeigte Produktionsweg zeigt neben der Verbesserung des Workflows, welcher sowohl für Haupt- als auch für Nebenzielgruppe relevant ist, praxisnah die finanziellen Vorteile hinter der Software auf. Diese sind besonders für die Hauptzielgruppe von Bedeutung.



Medienspezifische Aspekte

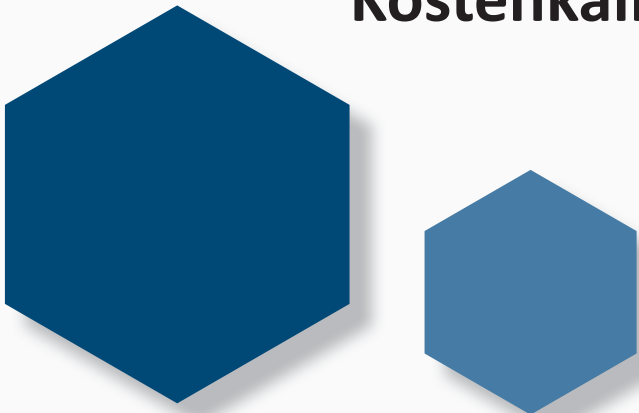
Da es sich um ein Vorstellungsvideo, sowie ein Erklärvideo der Software handelt, ist eine hohe Qualität des Videos notwendig, da es die Firma professionell und seriös darstellen soll. Das Video dient der Präsentation des Unternehmens auf Online-Plattformen und wird gegebenenfalls auf Messen. Aus diesem Grund ist es ebenfalls sinnvoll, eine ruhige, motivierende Hintergrundmusik zu wählen, um den Zielgruppen unterbewusst ein angenehmes Gefühl zu vermitteln und die Motivation zu steigern, sich mit der Software auseinanderzusetzen.



Arbeitsmittel

Für die Videoproduktion werden die Adobe-Programme After Effects und Premiere Pro verwendet. Eine Blackmagic 6k Pro wird für den Dreh vom bib International College ausgeliehen. Des Weiteren werden leistungsstarke Computer zur Verfügung stehen, um die erzeugten Datenmengen verarbeiten zu können.

Kostenkalkulation

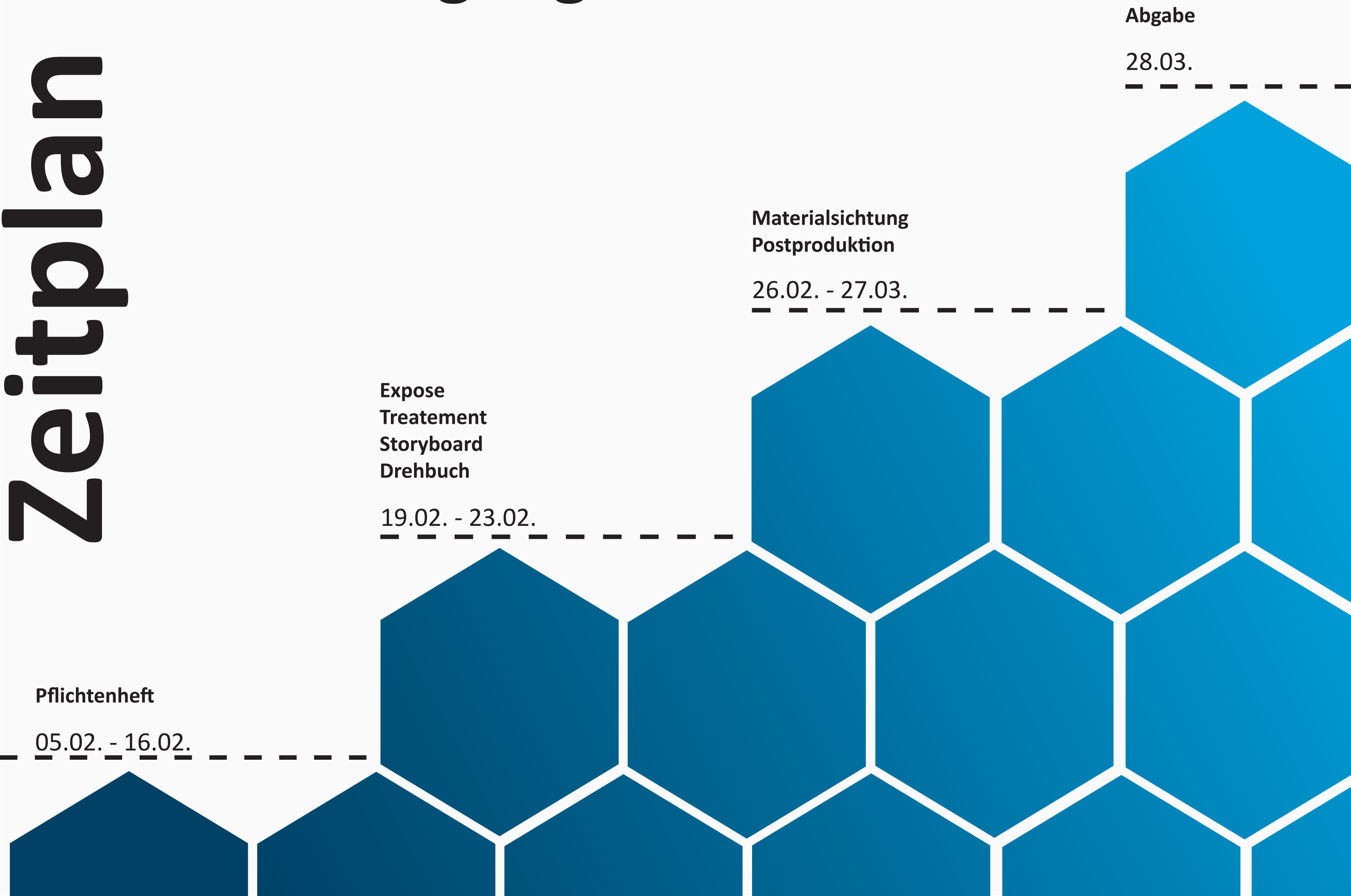


Kalkulationsposten	Arbeitsschritte	Aufwand total	Stundensatz (Euro)	Kosten gesamt (Euro)
Projektleitung	Management	2,0 Std.	40,00	80,00
	Anfahrten	5,0 Std.	40,00	200,00
Kontakte	Besprechung	14,0 Std.	40,00	560,00
	Präsentation	3,0 Std.	40,00	120,00
	Projektdefinition	32,0 Std.	40,00	1280,00
Konzeption	Grabkonzept	24,0 Std.	40,00	960,00
	Feinkonzept	40,0 Std.	40,00	1600,00
	Filmdreh	24,0 Std.	40,00	960,00
Videoproduktion	Materialsichtung	16,0 Std.	40,00	640,00
	Schnitt	40,0 Std.	40,00	1600,00
	Animation erstellen	40,0 Std.	40,00	1600,00
Gesamt		240,0 Std.		9600,00



Rahmenbedingungen

Zeitplan



Technische Anforderungen

Für die Videoproduktion werden die Adobe-Programme After Effects und Premiere Pro verwendet. Eine Blackmagic 6k Pro wird für den Dreh vom bib International College ausgeliehen. Des Weiteren werden leistungsstarke Computer zur Verfügung stehen, um die erzeugten Datenmengen verarbeiten zu können.

Qualität

Das Video weist eine Qualität von 4K und 25fps auf und wird von Leila Bracken hinsichtlich der Anforderungen und der Qualität überprüft. Das Projektergebnis wird innerhalb des Unternehmens von Dr. Ulrich Jahnke und Dr. Matthias Habdank abgenommen.

Problemanalyse

Das Video kann technische Störungen aufweisen. Der Weißabgleich kann fehlerhaft sein, oder es ist keine visuelle Stabilität gegeben.

- Die Bildmaterialien können im Nachhinein noch bearbeitet werden
- Zwischen- und Endkontrolle durch das Studierendenteam sowie der Ansprechpartnerin.
- Das Video kann missverständliche/ undeutliche Aspekte beinhalten, welche den Rezipienten irritieren. Beispielsweise komplizierte technische Thematiken oder nicht sofort identifizierbare Grafiken.
- Stark vereinfachte Darstellung der Thematik unter Absprache mit dem Unternehmen.
- Verständlichkeit im Vorfeld mit der Zielgruppe prüfen

Liefer- und Abnahmebedingungen

Die erbrachte Dienstleistung umfasst ein Image-Video, gegebenenfalls Tutorial-Videos. Eine Vergütung ist nicht festgelegt.

Die Abgabe der Projekte erfolgt am 10.04.2024.

Die Qualität wird durch die Ansprechpartner geprüft. Leila Bracken wird die erstellten Videos bewerten und Patrick Stein die Qualität der Programmierung. Im Anschluss erfolgt die Abnahme durch die Geschäftsleitung (Dr. Ulrich Jahnke, Dr. Matthias Habdank).

Feinkonzept



Treatment

Das Image Video beginnt mit einem Intro und umfasst einen kompletten Produktionsweg, von der 3D-Modellierung bis hin zum Scannen des Codes und der enthaltenen Informationen. So wird deutlich gezeigt, an welchen Stellen potenziell Geld und Zeit eingespart werden kann, und hebt somit den Wert hinter einem Investment in die Software ab. Ein animiertes Outro fungiert als Abschluss.

Part 1 (Intro)

Visuelle Elemente:

Es startet das Intro. Es wird ein Mosaik aus Bildern eingeblendet und herausgezoomt, bis das Mosaik das Logo von Additiv Marking ergibt. Dieses liegt auf einem weißem Grund. Das Bildermosaik wechselt zur Farbe der Signete. Anschließend baut sich das Logo nach und nach auf.

Ziel:

Der Rezipient erhält einen ersten Einblick, um welches Unternehmen es sich handelt und welche Produkte angeboten werden.

Part 2 (Produktionsweg)

Visuelle Elemente:

Ort: Im Büro von Additve Marking

Das Video startet mit einer Aufblende. Das Logo fährt in die linke obere Ecke und wird dabei kleiner skaliert. Es beginnt das Voiceover, in welchem die Produktionsschritte erklärt werden. Um diesen Weg aufzuzeigen, werden zunächst im Unternehmen selbst Angestellte gefilmt, wie sie 3D-Modelle erstellen und die Datenbanken pflegen.

Ort: Beim Kunden (Böllhoff)

Es folgt ein Sprung zum Kunden, bei dem das System auf dem Bildschirm geöffnet ist, das Produkt ausgewählt und mit einem Klick der Druck gestartet wird. Im Anschluss kommt ein Schwenk zur Maschine und die Produktion wird gezeigt. Der Videoausschnitt wird in die Ecke oben links skaliert und es kommen drei weitere Filmausschnitte in den übrigen Ecken zum Vorschein. Parallel werden auf dem Screen die vier Druckoptionen aufgezeigt. Nach der Beendigung des Druckvorgangs folgt eine Nahaufnahme, wie der Kunde das Bauteil entnimmt. Es folgt eine Nahaufnahme von dem Scann-Vorgang des Codes, und die Darstellung der, in dem Code enthaltenden Informationen, in der AMS (Software von Additive Marking).

Ziel:

Der Kunde bekommt eine Vorstellung von den Abläufen. Die Vorteile im Workflow, die die angebotene Software mit sich bringt, werden realistisch anhand eines praktischen Beispiels aufgezeigt und überzeugen den Kunden. Der Kunde erkennt das Potenzial in dem Investment.

Part 3 (Vorteile)

Visuelle Elemente:

Ort: Im Büro von Additve Marking
Es folgt die Aufzählung der Vorteile des Unternehmens. Dies wird durch ein Voiceover unterstützt.

Ziel:

Die Vorteile der Software werden verdeutlicht und einprägsam zusammengefasst, damit der Zuschauer keine wichtigen Details verpasst, welche zur Entscheidungsfindung beitragen könnten. Der Kunde sieht die Personen hinter dem Unternehmen und ist eher dazu verleitet, Kontakt aufzunehmen.

Part 4 (Outro)

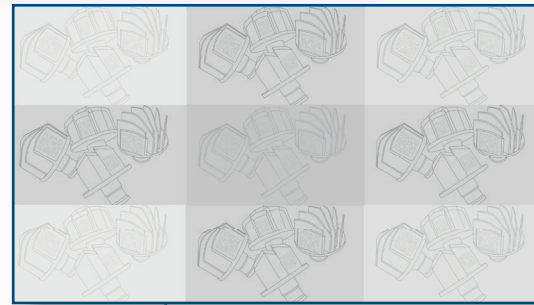
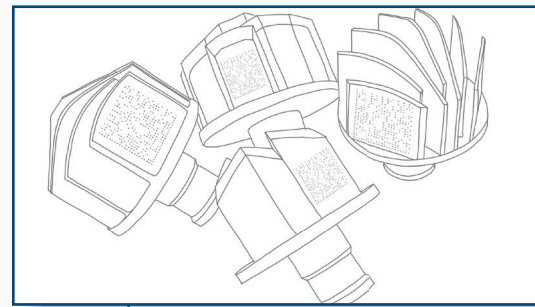
Visuelle Elemente:

Abschließend folgt das Outro. Das Logo wird zentriert und größer skaliert. Die Kontaktdaten erscheinen.

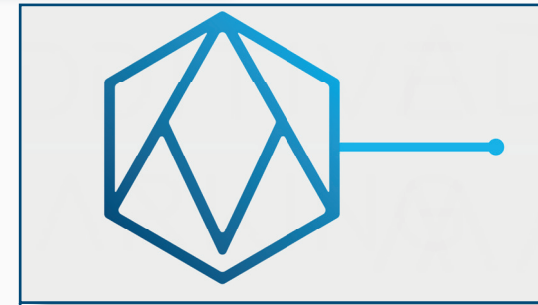
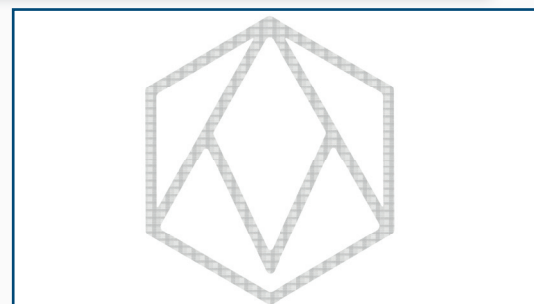
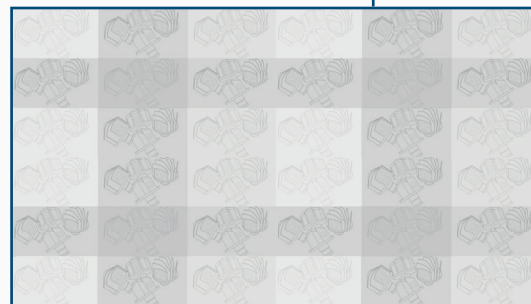
Ziel:

Der Rezipient bekommt die nötigen Informationen zur Kontaktaufnahme übermittelt und hat Zeit, diese gegebenne Falls zu notieren beziehungsweise den QR-Code zu scannen, der auf die Additive Marking-Website führt.

Storyboard



Aufblende aus Schwarz;
Markierte Teile werden eingeblendet;
Bild zoomt raus;
Mehr Bilder werden sichtbar;
Signete wird aus den Bildern aufgebaut;



Signete nimmt die Farben des Unternehmens an;
Logo baut sich nach und nach auf;
Zuerst fährt der Strich aus;
Anschließend wird die Schrift eingeblendet;

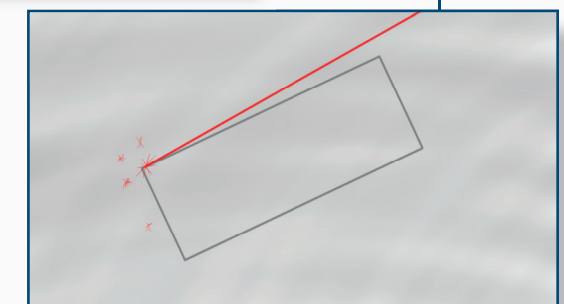
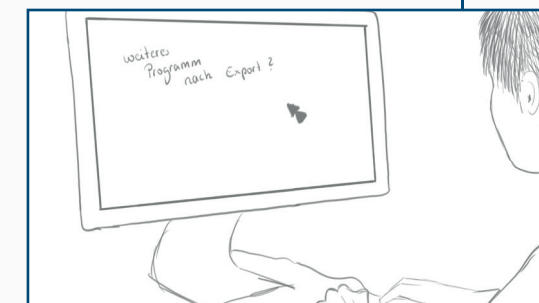
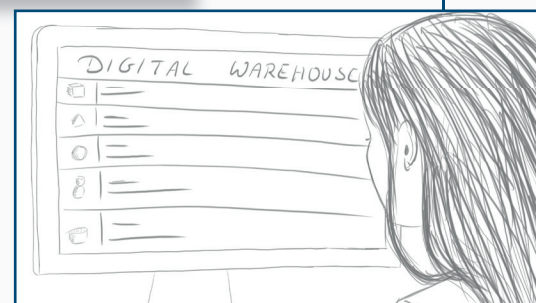
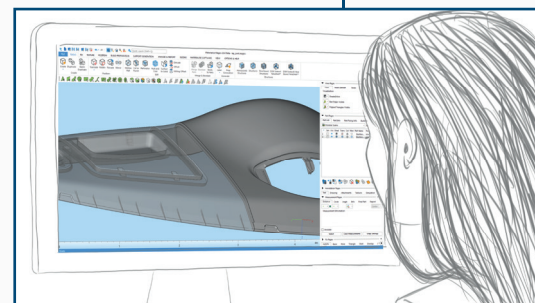


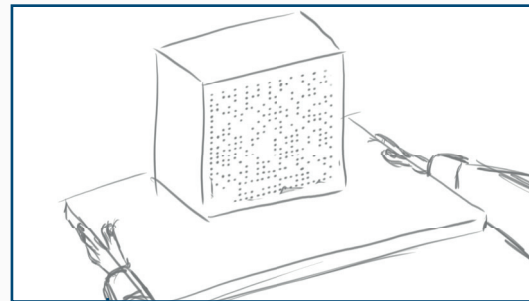
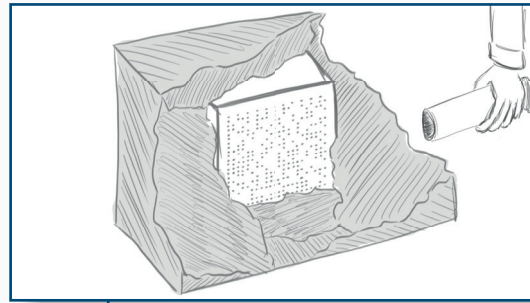


Logo fährt oben rechts in die Ecke und die kurze Vorstellung des Unternehmens startet.

Cut zum Arbeitsplatz von Carmen. Sie bereitet einen Teil für den Druck vor.

Cut nach Böllhoff an den Schreibtisch. Dort werden letzte Anpassungen vorgenommen und der Druck wird gestartet.

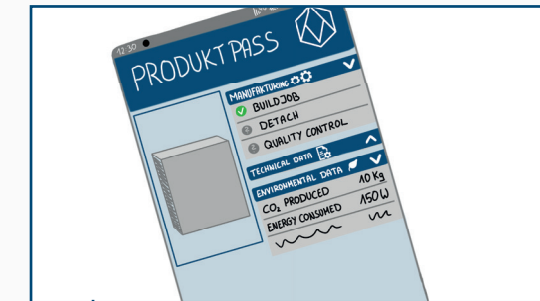
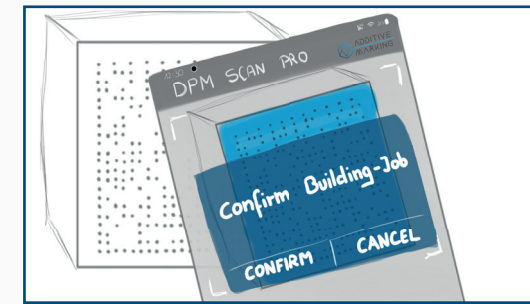
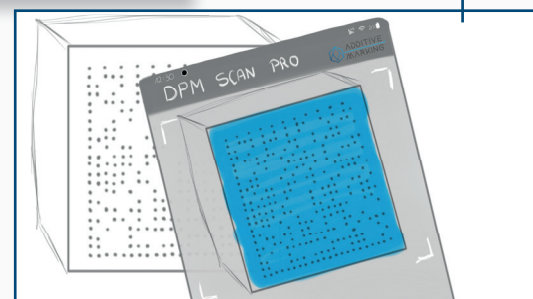
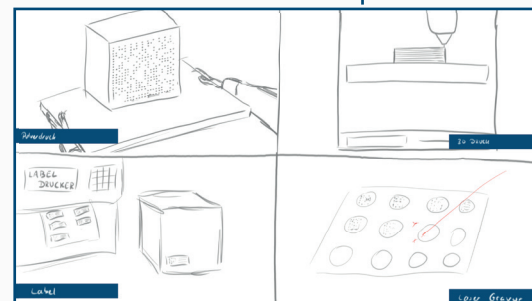




Das Bauteil wird freigelegt und aus der Maschine genommen.

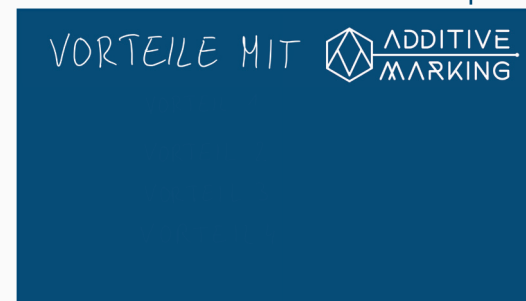
Das Bild wird 4 geteilt und es werden verschiedene Markiermöglichkeiten gezeigt.

Es wird wieder auf den Druckjob gezoomt und mit der App gescannt.



Der Scan leitet zum Produktpass rüber.

Anschließend werden Vorteile passend zum Voice-over eingeblendet.





Die Vorteile blenden aus und die Signete wird zu einer. Sie wird etwas größer und der Slogan wird eingeblendet.

Der Slogan blendet aus und das Logo wird animiert.

Das Logo fährt nach dem Aufbau links in die Ecke und es werden Anschrift, Kontaktdaten, QR-Code und Bild der Unternehmensleitung eingeblendet.



IMAGEVIDEO

von

Kathrin Hensel
&
Jennifer Pietrzak

5. Fassung ,
10. April. 2024

ALLE RECHTE BEI DEN AUTOREN

Aufblende:

[Intro]

(Musik beginnt)

ANIMATION AFFTER EFFECTS

Bild wird eingeblendet, Bild zoomt raus, Mosaik entsteht,
Mosaik wird zum Logo.
Logo wechselt von Mosaik zu Unternehmensfarben.
Logo schwenkt in die linke obere Ecke.

[Interview der Unternehmensleitung]

(Musik wird leiser)

INT. ADDITIVE MARKING GMBH

DR HABDANK

Wir von Additive Marking unterstützen unsere Kunden
mit inovativen Softwarelösungen eine End-to-End
Tracebility zu realisieren. Hierbei können beliebige
Markierungsverfahren wie zum Beispiel der Additiven
Direktmarkierung zum Einsatz kommen.

DR JAHNKE

Die Produktkenzeichnung selbst ist aber nur das
Mittel zum Zweck. Im Kern geht es darum physische
Bauteile und Produkte mit ihrem individuellen
Digitalen Produktpass

[Anwendungsbeispiel]

INT. ADDITIVE MARKING GMBH _ SCHREIBTISCH CARMEN

Angestellter [CARMEN] wird bei der Arbeit gezeigt.

DR HABDANK [V.O.]

...Ein Anwendungsbeispiel dafür findet sich in der
additiven Fertigung.
Als Erstes importieren wir Ihre 3D-CAD-Daten in unser
System oder Erstellen 3D-Modelle aus Ihren
technischen Zeichnungen. Diese werden exportiert und
das Bauteil erscheint in unserem Digit Warehouse.

INT. BÖLLHOFF _ SCHREIBTISCH

Kunde wird bei der Verwendung des Digital Inventory gezeigt

DR HABDANK [V.O.]

Jetzt kann das Bauteil bearbeitet werden und die Markierung kann mit wenigen Klicks positioniert werden.

Nach dem anschließenden Export steht der Produktion nichts mehr im Wege.

INT. BÖLLHOFF _ PRODUKTIONSHALLE

Druckvorgang wird gestartet, Entnahme des Produktes, Scandvorgang

DR HABDANK [V.O.]

Im 3D-Druck wird die Markierung in das Bauteil integriert und ist somit dauerhaft.

Im sämtlichen additiven Fertigungsprozess ermöglicht unsere Software zuverlässiges Markieren auch im konventionellen Bereich mittels Labeling oder Lasergravur.

INT. ADDITIVE MARKING GMBH _ BILDSCHIRMAUFNAHME

Trustcenter mit den enthaltenden Informationen wird gezeigt

DR HABDANK [V.O.]

Unabhängig von der Markierungsart, erzeugen wir robuste Codes, die z.B. mit unserer Lösung DPM Scan Pro erfasst werden können. Scan-Ergebnisse können an beliebige Schnittstellen weitergegeben werden. Z.B. zu einem ERP-System oder es lässt sich der individuellen digitale Produktpass mit relevanten Informationen zum Bauteil öffnen. Von verwendeten Materialien über die Qualität des Produktes, bis hin zu der CO2-Bilanz der Herstellung sind sämtliche Informationen innerhalb eines Augenblicks verfügbar⁷

Beim Serialisieren von größeren Chargen werden Markierungen nach Ihren definierten Regeln automatisch generiert.

[Aufzählung der Vorteile]

ANIMATION AFTER EFFECTS

Nacheinander werden Vorteile der Software aufgezählt und eingeblendet.

DR JAHNKE [V.O.]

Additive Marking ist Ihr Lösungsanbieter für Traceability in industriellen Prozessen: Wir markieren jedes Bauteil – egal aus welchem Fertigungsprozess, egal aus welchem Material.

Wir gewährleisten eine nahtlose Rückverfolgbarkeit von der Produktion über die Nutzung bis zum Recycling. Wir haben unsere Software auf Modularität modular und interoperabel ausgelegt und lässt sich schnell und nahtlos in Ihr bestehendes System integrieren.

[Outro]

(Musik wird lauter)

Animation startet, Slogan wird eingeblendet. Logo wird animiert. Bilder der Unternehmensleitung werden eingeblendet, Kontaktdaten erscheinen darunter. QR-Code zur Website wird eingeblendet.

(Musik verstummt)

Abblende

Kalkulation - Fiktiver Brief

Additive Marking | Technologiepark 31 | 33100 Paderborn

Additive Marking GmbH
Dr. Ulrich Jahnke, Dr. Matthias Habdank
Technologiepark 31
33100 Paderborn

Kundennummer	Lieferscheindatum	Rechnungsdatum
XY26032024	25.03.2024	26.03.2024

Rechnung Nr. 2564698

Wir bedanken uns für die gute Zusammenarbeit und stellen Ihnen wie vereinbarungsgemäß folgende Lieferungen und Leistungen in Rechnung:

Pos	Bezeichnung	Menge	Einzel (€)	Gesamt (€)
1	Anfahrten/ Service	24,0 Std.	40,00	960,00
2	Konzeption	96,0 Std.	40,00	3.840,00
3	Drehtage	24,0 Std.	40,00	960,00
4	Postproduktion	96,0 Std.	40,00	3.840,00

Summe Netto	€	9.600,00
Umsatzsteuer	€	1.824,00
Rechnungsbetrag	€	11.424,00

Zahlung innerhalb von 14 Tagen ab Rechnungseingang ohne Abzüge an die unten angegebene Bank-
verbindung.

Mit freundlichen Grüßen
Kathrin Hensel & Jennifer Pietrzak

Hensel & Pietrzak GmbH
Fürstenallee 1
33098 Paderborn
Ust-IdNr.: 123456789

Tel.: (+49) 1234/98 76 65
Fax: (+49) 1234/98 76 55
E-Mail: HenPiet@gmail.
com
Web: www.HenPiet.com

Volksbank Paderborn
IBAN: DE12345678912345
BIC: GENODE61FR1
Kto. Inh.: Jennifer Pietrzak

Argumentationsführung Videoprojekt

Der Aufbau des Videos orientiert sich anhand der Bedürfnisse der im Grobkonzept genannten Zielgruppen. Der Start mittels eines praktischen Beispiels weckt zunächst das Interesse und leitet sinnvoll den theoretischen Teil ein.

Stufe 1: Kontakt zur Zielgruppe

Die Haupt- und Nebenzzielgruppen fühlen sich von dem Video angesprochen, da sie sich mit dem Kunden in dem Video identifizieren können. Um die gewünschten Personen zu erreichen, wird das Video auf Plattformen wie LinkedIn angezeigt oder gegebenenfalls auf Messen abgespielt.

Stufe 2: Aufnahme der Werbebotschaft

Die Botschaft in dem Video lautet: „Die Investition lohnt sich.“ Diese wird deutlich erkennbar durch das Aufzeigen des einfachen Workflows innerhalb der Firma des Kunden. Darüber hinaus werden während der Aufzählung die positiven Auswirkungen erläutert. Der Mehrwert wird für die Zielgruppen deutlich.

Stufe 3: Verständnis

Die Darstellung in dem Video erfolgt durch simples Aufzeigen der Arbeitsschritte sowie der Vorteile, welche den Rezipienten nicht mit technischen Vorgängen überfordern, jedoch das Interesse an der Software wecken.

Stufe 4: Speicherung

Darüber hinaus werden die wichtigen Punkte in der Aufzählung erneut hervorgehoben und schriftlich dargestellt, damit der Empfänger die Botschaft verinnerlicht und das Potenzial erkennt.

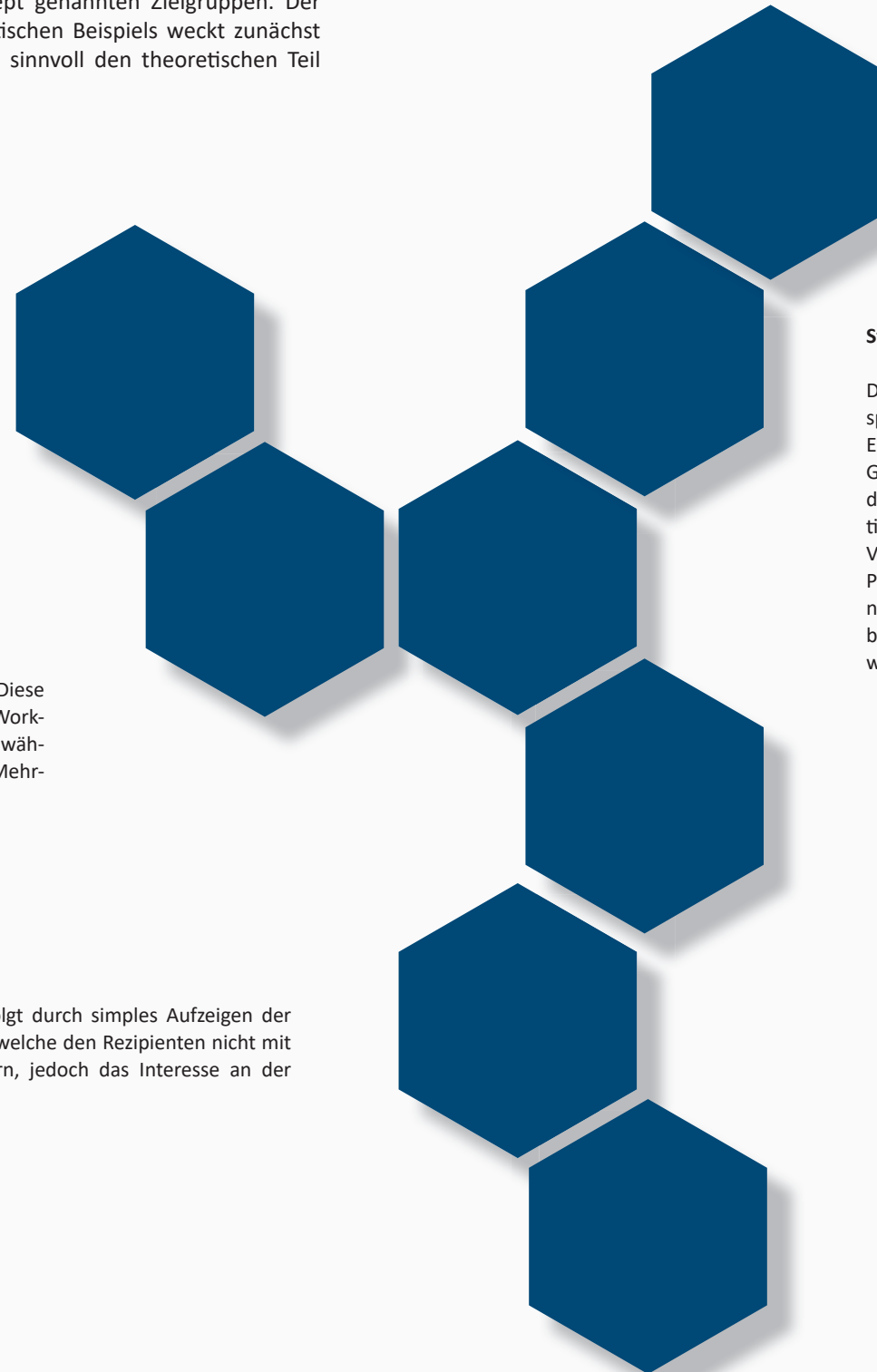
Auf diesem Weg können die wichtigen Informationen, welche in den Arbeitsschritten erwähnt werden, nicht im Unterbewusstsein des potenziellen Kunden verloren gehen, sondern werden abgespeichert.

Stufe 5: Einstellung zur Werbebotschaft

Durch das Aufzeigen der Funktion der Software anhand eines praktischen Beispiels, wirken die genannten Vorteile überzeugend und das Produkt seriös. Der Empfänger bekommt einen Einblick in die Arbeitsabläufe und entwickelt ein Gefühl der Sicherheit. Die Nebenzzielgruppen, die einen alltäglichen Nutzen aus der Software ziehen können, können sich mit dem abgebildeten Kunden identifizieren. Anhand der Vereinfachung des Workflows und der Erläuterung der Vorteile am Ende des Videos werden die, für die Hauptzielgruppe relevanten, Punkte ansprechend vermittelt. Indem die wichtigen Punkte von der Unternehmensführung persönlich übermittelt werden, wirkt das Unternehmen nahbar, seriös und authentisch. Das Video weckt das Interesse der Zielgruppen und wandelt deren neutrale Einstellungen in eine Positive.

Stufe 6: Kauf

Das vermittelte positive Gefühl steigert die Motivation der Zielgruppe, sich mit dem Unternehmen beziehungsweise mit dem Produkt näher auseinanderzusetzen. Des Weiteren wird die Investitionsentscheidung der Rezipienten beeinflusst, wodurch das Video die Chancen eines erfolgreichen Kaufabschlusses erhöhen kann.



Abbildungsverzeichnis

Seite 1: Signete (Additive Marking GmbH) Muster im Hintergrund
Seite 3: Markierte Teile im Drucker
Seite 3: Mockup Software auf Laptop
Seite 4: Markierte Teile Haufen
Seite 4: Messe - Scan der Teile
Seite 5: Hintergrund - Verlauf Mosaik
Seite 6: Weißes Bauteil
Seite 6: Bauteil grau Markiert
Seite 6: Logo - Additive Marking GmbH
Seite 7: Markierte Teile im Drucker
Seite 7: Markiertes weißes Teil
Seite 7: Signete - Additive Marking GmbH
Seite 7: Scan der Markierung mit der App
Seite 7: Markierte Bauteile im Drucker
Seite 8: Logo - Global Tracebility Solutions
Seite 9: Code IT AB
Seite 10: Logo eFlex Systems
Seite 11: Logo - Additive Marking
Seite 12: Markierte Teile auf schwarzem Hintergrund
Seite 12: Markierte Teile im Drucker
Seite 13: Bauteile Markiert
Seite 13: Markierte Autoteile künstlich gealtert
Seite 13: Markierte Teile im Drucker
Seite 16: Bauteil Markiert - Metall
Seite 17: Hintergrund - Verlauf Mosaik
Seite 18: Zielgruppe - Maria von Lichtenstein
Seite 19: Zielgruppe - Johnatan Schneider
Seite 20: Zielgruppe - Irina Petrovsky
Seite 23: Skizze - 3D - Modell erstellung
Seite 24: Skizze - Software zum Druck
Seite 24: Skizze - Aufteilung des Bildschirms
Seite 24: Skizze - Druckteil wird aus Maschine genommen
Seite 25: Skizze - Scann App
Seite 25: Skizze - Software
Seite 26: Markierte Metallteile mit schwarzem Hintergrund
Seite 26: Markierte Bauteile mit 1ct Stück
Seite 26: Markiertes Metallteil

Seite 27: Signete - Additive Marking GmbH
Seite 28: Markierte Metallteile mit schwarzem Hintergrund
Seite 31: Signete (Additive Marking GmbH) Muster im Hintergrund
Seite 33: Hintergrund - Verlauf Mosaik
Seite 34: Markierte Testteile - Metall
Seite 37: Storyboard - Bauteile werden eingeblendet
Seite 37: Storyboard - Mosaik bildet sich
Seite 37: Storyboard - Größeres Mosaik
Seite 37: Storyboard - Signete mit Mosaik
Seite 38: Storyboard - Signete mit Unternehmensfarben
Seite 38: Storyboard - Logo bildet sich aus
Seite 38: Storyboard - Logo bildet sich weiter aus
Seite 38: Storyboard - Logo des Unternehmens
Seite 39: Storyboard - Logo wandert in die linke obere Ecke
Seite 39: Storyboard - Unternehmensleitung
Seite 39: Storyboard - Mitarbeiter erstellt 3D - Modell
Seite 39: Storyboard - Mitarbeiter lädt Teil hoch
Seite 40: Storyboard - Kunde arbeitet mit Software
Seite 40: Storyboard - Kunde exportiert Bauteil
Seite 40: Storyboard - Kunde erstellt Druckdatei
Seite 40: Storyboard - Druck der Teile
Seite 41: Storyboard - Bauteile werden freigestellt
Seite 41: Storyboard - Bauteile werden entnommen
Seite 41: Storyboard - Verteilung des Bildschirms
Seite 41: Storyboard - Scan des Bauteils
Seite 42: Storyboard - App rückmeldung
Seite 42: Storyboard - Produktpass
Seite 42: Storyboard - Vorteile der Software
Seite 42: Storyboard - Vorteile Auflistung
Seite 43: Storyboard - Vorteile ausgeblendet
Seite 43: Storyboard -Slogan erscheint
Seite 43: Storyboard -Signete wird größer
Seite 43: Storyboard -Signete wird zum Logo
Seite 44: Storyboard -Logo baut sich auf
Seite 44: Storyboard -Logo steht
Seite 44: Storyboard -Endbild
Seite 49: Signete (Additive Marking GmbH) Muster im Hintergrund
Seite 55: Signete (Additive Marking GmbH) Muster im Hintergrund

Tabellenverzeichnis

Seite 21: Prioritätenmatrix
Seite 21: Bewertungsschlüssel der Prioritätenmatrix
Seite 28: Kostenkalkulationstabelle

Unterschrift