Projekttitel und -Nr.	
Projektleiter Beratung	
Projektleiter Kreation (Art Direction)	
Reinzeichnung/ Bildbearbeitung	

Datum	
Projektstart	
Projektende	
Version	

AP	Teilaufgabe / Arbeitspaket	Termine		Personaleinsatzplan			Bemerkung
		Start	Ende	Verantwortung	Mitarbeit		
1.	**Angebots-Phase & Pre-Abstimmung**						
1.1	Briefing durch den Kunden						
1.1.1	Re-Briefing durch die Agentur						
1.3	Klärung der Buy-Outs (2,3 oder 4 Jahre?)						
1.4	Klärung der Nutzungsrechte (International, alle Kanäle?)						
1.4.1	Nutzungsrechte international, alle Kanäle?						
1.4.2	Nutzungsrechte national, alle Kanäle?						
1.4.3	Nutzungsrechte DACH + NL, alle Kanäle?						
1.5	Erstellung Einzelvertrag (1)						
1.5.1	Freigabe Einzelvertrag						
1.6	Recherche von TV Produzenten, Anfrage & Angebotseinholung: Regisseur vs. Produzent						
1.6.2	Erstellung Einzelvertrag (2)						
1.6.3	Freigabe Einzelvertrag						
1.6.4	CAVE: KSK beachten						
1.7	Einzelverträge an Kunde						
1.8	Freigabe des Einzelvertrages (1), schriftlich						
1.9	Freigabe des Einzelvertrages (2), schriftlich						
1.10	Beauftragungen und Bestellungen durch ….						
1.11	Ablage Bestellungen im Rechnungs-Ordner						
2.	**Timings & Controlling**						
2.1	Timing für die Abstimmung des Briefings für den Produzenten?						
2.2	Termin für das Briefing & Fitting der Models?						
2.3	Wann findet das Casting statt?						
2.4	Termin für den Location-Check?						
2.5	Ist eine Wetterversicherung gewünscht?						
2.6	Wann findet der Dreh statt?						
2.7	Wird zudem vor Ort Bildmaterial geshootet?						
2.8	Wann muss der Spot final vorliegen?						
2.9	Wie ist das festgesetzte Budget?						
3.	**Positionierung**						
3.1	Basis-PPT erstellen						
3.2	Feedback und Input (was fehlt, was ist offen)						
4.	**Mögliche Produzent**						
4.1	Auswahl von 2-3 möglichen Produzenten						
4.2	Erstellung Produkt-Briefing						
4.3	Info zur Timline						
4.4	Besprechung Vorschläge mit dem Kunden, Empfehlung Kunde bereücksichtigen						
4.5	Mögliche Produzenten anfragen						
5.	**Erste Bild-Konzepte**						
5.1	Briefing Bild-Konzepte für das Storyboard unter Berücksichtigung der Positionierung, des USPs, der Marke erstellen						
5.2	Abstimmung des Briefings intern						
5.3	Briefing Kreation						
5.4	Abstimmung 1st draft Bildkonzepte						
5.5	Wo ist ein Close Up auf welche Stelle/Element geplant, wie ist die generelle Anmutung?						
5.6	Neben Moods, erste Texte						
5.7	*Ggf. Feinjustierung*						
6.	**Storyboard**						
	zeigt die von der Agentur geplante Geschichte des TV-Spots in Bildern, Text und Ton. Dem Leser soll es einen ersten Eindruck des Projektes vermitteln.						
6.1	Erarbeitung und "Finalisierung" des Storyboards gemeinsam im Workshop mit Kunden zur Übermittlung an den Produzenten und Erstellung des Treatments						
6.2	Auswahl eines Storyboards						
6.3	Abstimmung Storyboard "2-fach"						
7.	**Workshop** ***läuft pararall zu "Storyboard"**						
	Vorbereitung des Workshops						
7.1	Steht der Termin im Kalender?						
7.3	liegen die ersten Bildkonzepte vor?						
7.4	in welchen Raum gehen wir?						
7.5	ist die Technik vollständig?						
7.6	*Testlauf Technik am Tag vorher*						
7.7	gibt es noch genügend White-Paper für das Flipchart?						
7.8	Wieviele Personen nehmen teil?						
7.9	Ist das Bewirtungs-Sheet ausgefüllt?						
7.10	Steht das Catering?						

Projekttitel und -Nr.	
Projektleiter Beratung	
Projektleiter Kreation (Art Direction)	
Reinzeichnung/ Bildbearbeitung	

Datum	
Projektstart	
Projektende	
Version	

AP	Teilaufgabe / Arbeitspaket	Termine		Personaleinsatzplan			Bemerkung
		Start	Ende	Verantwortung	Mitarbeit		
8.	**Angebot & Treatment**						
8.1	*Produktionsfirma entwickelt auf Basis des Storyboards das Treatment, eng in Abstimmung mit dem Regisseur. Hier wird die Anmutung des Spots beschrieben, als Ergänzung zu dem reinen Angebot.* *Obacht, dass die ggf. fällige KüSoKa (KSK) je nach Rechtsform des Anbieters mit angeboten wird.*						
8.2	Storyboard an Produzent / Regisseur						
8.3	Briefing und Abstimmung						
8.4	Angebot / Treatment prüfen						
8.5	Abstimmung und Auswahl von Angebot/Treatments mit dem Kunden						
8. b.	**Versicherungen**						
	Wetterversicherungen können verschiedene Wetterbegebenheiten versichern wie z.B (Sonne, Regen, Wind)						
	"Wettertag" - Klärung, ob Kunde eine Versicherung für "Wettertage" abschließen möchte						
	Abstimmung mit dem Kunden zu den Kosten eines Wettertages und die Versicherung zu Wettertagen						
	Werden Künstlerversicherungen benötigt?						
9.	**Teilnehmer – Models**						
	Recherche von 3 Model-Agenturen						
	Eigenrecherche Models						
	Anfrage der Models						
	Abstimmung der Models á Model-Agentur oder Einzel-Model						
	Jeweils ein Alternativ Model aussuchen und vorschlagen, für den worst case (Krankheit, Unfall etc.)						
	Erstellung einer Powerpoint-Präsentation mit den recherchierten Models zur Abstimmung mit dem Kunden						
	Powerpoint mit Model-Vorschlägen an den Kunden senden						
	Casting (ggf. Probedreh mit signifikanten Szenen)						
	Models mit dem Kunden abstimmen						
	Die Models final einbuchen						
	Erstellung eines Briefing-Dokumentes für die Models (Inkl. aller relevanten Infos zu Location, Ablauf, Fittings)						
	Briefing & Fitting der Models						
	Klärung Reisekostenübernahme der Models						
9 b.	**Optional: Casting**						
	Casting Termin definieren						
	Casting Location definieren						
	Catering für Casting organisieren						
	ggf. ÜN-Möglichkeiten organisieren						
	Fittings für Casting abstimmen						
	Durchführung Casting und Festlegung der Models						
	Bei Kindern: Kosten Kindervorsprechung - Layout Cast						
	Reisekosten Casting klären						
10.	**Location**						
	Locationcheck oder Locations						
	Störfaktoren vor Ort erfassen						
	Was muss für den Dreh vor Ort wie verändert werden?						
	Bei mehreren Locations: Studios organisieren						
	Genehmigungen einholen (Bei Außendrehs)						
11.	**Styling**						
	Outfits festlegen für:						
	Hauptakteur oder Hauptakteure						
	Statisten						
	Nebenrolle						
	Komparse						
	Skribbel/Layout á Person anlegen						
	Skribbel mit dem Kunden abstimmen						
12.	**Art Departement**						
	Umgebung						
	Layout & Festlegung der direkt am Spot beteiligten Umgebung, Sachgegenstände, Elemente (von Trinkflasche über Tablettendose bis hin zum Stuhl)						
	Logoaufkleber, Poster, Dekoration, Produkt Packungen preparieren						
	Requisitenverleih kontaktieren						
	Abstimmung mit dem Kunden						
13.	**Moodboard | Moodtape | Layoutfilm**						
	Das Moodboard ist das meist abgefilmte Storyboard um ein Gefühl für die Länge der Szenen zu erhalten sowie der einzelnen Abschnitte des Films.						
	Überblick über die Szenen verschaffen?						
	Wieviele Szenen gibt es?						
	Wie lang ist jede Szene?						
	Abstimmung mit dem Kunden						
14.	**Animatic / PreVis**						
	Wenn eine 3D Animation erstellt wird, beginnt der 3D Animator mit der PreVis. D.h. ein in Photoshop erstelltes Bild, was Textur, Material, Fabigkeit der Elemente der 3D beinhaltet, StyleFrame genannt. *Im 2. wird das "Model" des Sets aufgebaut, Animatic genannt, was das Konzept der einzelnen Szenen zeigt.* *Beurteilung des StyleFrames - passen Textur, Stil, Farbigkeit, Elemente, Licht?* *Beurteilung Animatic - passen Szenenbild, Inhalt, Kamerafahrt, Perspektive, Szenenlänge?*						
	Szenen aus Moodboard festlegen, die als Animationen erstellt werden.						
	Welche Bilder aus Moodboard werden real gedreht?						
	Abstimmung mit dem Kunden						
	Welche Bilder werden durch 3D-Animation erstellt?						
	Wie ist der Übergang von Real zu 3D, bzw. 3D zu Real?						

Projekttitel und -Nr.	
Projektleiter Beratung	
Projektleiter Kreation (Art Direction)	
Reinzeichnung/ Bildbearbeitung	

Datum	
Projektstart	
Projektende	
Version	

AP	Teilaufgabe / Arbeitspaket	Termine		Personaleinsatzplan			Bemerkung
		Start	Ende	Verantwortung	Mitarbeit		
15.	**Pre-Production-Meeting (PPM)**						
	Letztes und entscheidendes Meeting vor dem Dreh.Hier müssen alle Fragen geklärt und entschieden werden. Mindestens 7 T vor Dreh.						
	PPM Booklet erstellen						
	Agenda erstellen						
	Definieren, wer an diesem Termin Protokoll führt						
	Alles wird final besprochen: Equipment Reservierungen, Special Effects, Drehorte, Genehmigungen, Sets, Modelle, Casting, Key-Probs						
16.	**Shootingboard (Drehbuch)**						
	Jede einzelne Szene wird von der Produktionsfirma aufgeskribbelt und ggf. beschrieben; zu sehen sind Darsteller, Szenenbild, Kameraperspektiven und Bildausschnitt.						
	Abstimmung der Szenen final für die Skribbels						
	Abstimmung mit dem Kunden						
	Freigabe durch den Kunden						
17.	**Offline-Cut**						
	Der erste unbearbeitete Schnitt. Der Regisseur schlägt seine Szenen-Auswahl vor. Text wird meist durch Layoutsprecher über die einzelnen Szenene gelegt, um zu prüfen ob Länge der Szenen und der Ton überein passen.						
	Freigabe des vorgestellten und grob geschnittenen Material durch die Agentur und den Kunden.						
18.	**Post-Produktion**						
	Jede Form der Bildbearbeitung, die an dem Shooting Material vorgenommen wird.						
	Bildbearbeitung vorschlagen, mit Kunde besprechen, festlegen und briefen (Screenshots, Moodbilder)						
	Bildbearbeitung abstimmen, freigeben						
19.	**Musik und Sound**						
	Musik wird in 3 Kategorien unterteilt:						
	1. speziell ausgesuchte Musik (geschriben, um in diesen Spot zu passen)						
	2. Vorhandener Track (kommerziell zu kaufen oder z.B. im Radio gehört)						
	3. Produzierte Musik oder katalogisierte Musik (z.B. eine existierende Komposition zum audiovisuellen Gebrauch)						
	Welche Souneffekte müssen verstärkt oder aus Stockmaterial eingebaut verweden? Swoosh einbauen?						
	Abstimmung mit dem Kunden						
	Erstellung eines territorialen Nutzungsplans (was darf wie oft für wielange wo genutzt werden?)						
20.	**Audioaufnahme | Sprachaufnahme**						
	Die Sprechtertexte werden im Tonstudio auf den abgestimmten Schitt eingesprochen und aufgenommen. Ggf. zusätzlich mit Soundeffekten untertsützt und hinterlegt.						
	Sprechtexte final mit dem Kunden abgestimmt						
	Sprechstimme definiert: M oder W						
	Stimmklang besprochen und festgelegt: weich, zart, rau, stark/kräftig… (Gibt es bekannte Fernsehstimmen, die auf Anhieb zusagen)						
	Sprecher-Tapes zur Auswahl bei Tonstudio anfragen. (mind. 2-3 Sprecher auswählen, die Verfügbarkeiten der Sprecher und Studios werden erst im Nachgang geprüft)						
	Buyouts und Nutzungsrechte mit Sprecher verhandeln (ggf. im Rahmen des Tonstudio-Angebots)						
	Tonstudio und Sprecher buchen						
	Wer begleitet die Sprachaufnahme? Live oder bekommen wir ein Tape zur Freigabe? Wo sitzt der Sprecher?						
	Abstimmung und Freigabe						
21.	**Colourgrading**						
	Bildbearbeitung des finalen Cuts. Die Totalveredelung. (Meist gibt es schon eine ToDo-Liste für das Grading, Feedback sammeln, das seit dem 1. Offline Cut vorhanden ist)						
	Welche Korrekturen hat der Kunde am final Spot?						
	Bildbearbeitung / Lichtstimmung sehr genau briefen (Screenshots erstellen oder Moods vorlegen)						
	Abstimmung mit dem Kunden						
	Finale Bild-Freigabe des Spots						
22.	**Final**						
	Finale Freigabe (Bild, Sound, Ton) des Spots						
	Liegen alle Freigaben vor?						
	Sendekopien erstellen - Liegen der Agentur alle Daten/Kontakte vor (Sendeplan)?						
	Abrechnung						
	Manöverkritik						