

«Filmprojekte erfordern einen exakten Zeitplan und persönliche Kommunikation.»

WirzFraefelPaal Productions AG



Unternehmen und Sitz WirzFraefelPaal Productions AG, Zürich, wirzfraefelpaal.ch

Branche, Tätigkeit Produktion von Werbe- und Imagefilmen

Gründung 1987 als Wirz & Fraefel Productions

Anzahl Mitarbeitende 8

Ziel Gute Filmprojekte mit Fingerspitzengefühl umsetzen

WirzFraefelPaal Productions AG produziert Werbefilme für Unternehmen. Worauf die Agentur bei ihren Projekten Wert legt, erklärt Mitbegründer und Mitinhaber Stefan Fraefel im Interview.

Wie läuft ein Filmprojekt klassischerweise ab?

► In der Regel immer nach demselben Muster. Der Kunde kommt auf uns zu und bringt im besten Fall bereits eine gute Idee für den Spot mit. Wenn wir nach der Offertstellung den Zuschlag erhalten, schreibt der Regisseur das Umsetzungsskript und wir schlagen dem Kunden eine Auswahl an Schauspielern vor. Bei allen Schritten sind wir dabei im Austausch mit dem Auftraggeber. Ein besonderer

«Auch ein noch so gut geplantes Filmprojekt bringt viele Unbekannte mit. Unsere Aufgabe ist es, vor Ort Lösungen zu finden.»

Stefan Fraefel, Mitinhaber von WirzFraefelPaal AG



«Das persönliche Gespräch mit den Kunden ist bei allen unseren Projekten ein kritischer Erfolgsfaktor.»

Meilenstein ist das Preproduction-Meeting, die letzte Sitzung vor dem Dreh, bei dem alle Fragen restlos geklärt werden.

Wie lange dauern Ihre Filmprojekte in der Regel?

► Zwischen sechs Wochen und sechs Monaten. Je nach Umfang und Termindruck, der auf Kundenseite besteht.

Welche Instrumente nutzen Sie, um Projekte termingerecht abzuwickeln?

► Bei uns sind der Termin- und der Budgetplan die wichtigsten Hilfsmittel. Wir arbeiten stets auf einen vom Kunden vorgegebenen und in Stein gemeisselten Endtermin hin. Schliesslich will der Kunde den Spot dann schalten, wenn er den Medienplatz dafür gebucht hat. Ein exaktes Timing ist deshalb das A und O.

Wie reagieren Sie, wenn es dennoch einmal zu Engpässen kommt?

► Dieses Risiko besteht tatsächlich. So hat es bei einem Dreh in Namibia doch tatsächlich ausgerechnet am Drehtag geregnet. Ein Verschieben des Drehs aber war, nicht zuletzt aus Kostengründen, unmög-

lich. Denn vor Ort wartete ein ganzes Team darauf, loszulegen. In solchen Fällen liegt es an uns, in Absprache mit dem Kunden nach Lösungen zu suchen. Im geschilderten Fall einigten wir uns darauf, den Spot optisch umzuschreiben und auf den blauen Himmel zu verzichten.

Welches Projekt haben Sie als besonders herausfordernd in Erinnerung?

► Spannung ist bei jedem Projekt dabei. Die Hektik wird aber erfahrungsgemäss grösser, wenn Stars wie Roger Federer involviert sind. Denn dadurch steigt die Zahl der Unbekannten: Ist das Wetter wie gewünscht? Kommt der Prominente plangemäss am Set an? Schaffen wir den Dreh in der stark limitierten Präsenzzeit des Stars? Sieht der Drehort in Dubai dann auch wie gewünscht nach Schweiz aus?

Was ist bei der Umsetzung eines Projekts mit vielen Unbekannten zentral?

► Dass die Entscheider von Auftraggeberseite vor Ort sind. Läuft etwas nicht plangemäss, können Änderungen direkt am Set abgesegnet werden. Zudem ist es für

uns als Auftragnehmer wichtig, dass wir bei solchen Projekten mit Regisseuren und anderen Partnern zusammenarbeiten können, deren Stärken wir kennen und die für das jeweilige Projekt geeignet sind.

Wie verhalten Sie sich, wenn in einem Projekt etwas nicht nach Plan verläuft?

► So ruhig wie möglich. Auch versuche ich, mich stets in die Lage der Beteiligten zu versetzen. So hat etwa der Produktmanager auf Kundenseite einen ganz anders gearteten Druck wie wir: Er verantwortet das Filmprojekt gegenüber dem Unternehmen und muss das Resultat gegen innen vertreten. Mit diesem Verständnis gelingt es besser, den gemeinsamen Entscheidungsprozess zu gestalten.

Wie wichtig ist die Kommunikation?

► Wir sind gezwungen, klar zu kommunizieren. Jeder Job bringt ganz neue Herausforderungen mit sich, die zahlreiche Abstimmungen erfordern. Regelmässige Updates und Sitzungen, bei denen alle Beteiligten anwesend sind, sind bei unseren Projekten zwingend nötig.

Feiern Sie jeweils den Abschluss von Projekten?

► Wenn die Daumen bei der Endabnahme gegen oben zeigen, gönnen wir uns gerne gemeinsam mit dem Kunden ein Glas Champagner. Die Endabnahme beim Auftraggeber ist immer ein ganz besonders spannender Moment; die Situation oft sehr angespannt, da im Gremium auch Chefs anwesend sind, die am Filmprojekt nicht direkt beteiligt waren und nun «nur» das Resultat beurteilen.

Welches ist Ihrer Erfahrung nach der wichtigste Erfolgsfaktor bei der Umsetzung von Filmprojekten?

► Dass wir alle Beteiligten an denselben Tisch bringen, wenn es um wichtige Entscheidungen geht. Der persönliche Dialog beeinflusst den Erfolg massgeblich. Gewisse Meetings sind weder durch regen E-Mail-Verkehr noch durch Conference-Calls zu ersetzen. Da gehen zu viele Informationen unter und zu vieles bleibt unangesprochen. Nur durch das Gespräch von Angesicht zu Angesicht schafft man es, jenes Vertrauen aufzubauen, das bei unserer Arbeit so wichtig ist.