

Een goede bedrijfsfilm

Externe hulp bij de productie is onontbeerlijk voor een goed resultaat

Een jubileum blijkt voor cumelabedrijven bij uitstek een reden te zijn om een bedrijfsfilm te maken. Zo ook voor Welvreugd Drilling BV, de winnaar het bedrijfsfilmfestival van CUMELA. Kraanverhuur en Grondverzet G.M. Damsteegt koos juist voor een film als middel om het bedrijf op beurzen te introduceren. Alle films in de top-drie hebben één ding gemeen: ze zijn alle gemaakt door een extern bureau. Is dit dan het geheim van een goede bedrijfsfilm?

Professioneel en veelzijdig, dat waren de woorden waarmee de bedrijven werden omschreven die meededen aan het bedrijfsfilmfestival dat op de CUMELA Inspiratiedagen plaatsvond. Die veelzijdigheid was ook terug te zien in de inzendingen, maar er waren er drie die met kop en schouders boven de rest uitstaken. Iets wat ze mede konden realiseren met hulp van een bureau dat ze ondersteunde. "De voorbereidingen voor het vijftigjarig jubileum waren in volle gang toen de bedrijfsfilm ter sprake kwam", zegt Kees Vreugdenhil, directeur bij Welvreugd. Via de cateraar kwam zijn bedrijf uit bij een relatief nieuw bureau, Pixelx.

Ook Loon- en Verhuurbedrijf Tuytel uit Oud-Alblas kwam via een andere partij uit bij het bureau Visser Media & Design uit Alblasterdam, die de bedrijfsfilm produceerde. Die film leverde het bedrijf de derde plaats op. "Wij waren bezig met het ontwikkelen van een nieuwe website. Toen bleek dat we voor de landingspagina iets nodig hadden wat opvalt. Dat werd de bedrijfsfilm. Die was halverwege 2018 klaar, maar de website moet nog steeds worden opgeleverd", zegt Mark den Boer, medewerker bij Tuytel. Het cumelabedrijf koos ervoor om voor een lokaal bedrijf te gaan dat bekend is met de sector. Het voordeel van een bedrijf dat bekend is met de werkzaamheden is dat er beter kan worden meegedacht over de inhoud van de film. Het wordt dan ook gemakkelijker voor het bureau om advies te geven.

*Bedrijfsfilm van
Loon- en Verhuur-
bedrijf Tuytel*

Bij G.M. Damsteegt werd heel bewust gekozen voor het bureau Fact and Fable. "Onze bedrijfsfilm was verouderd en degenen die op de beurs staan, wilden graag een film hebben die kon laten zien wat Damsteegt doet", zegt Lydia Damsteegt. "Het moest echter wel een tijdloze film worden. Wij waren op zoek naar een nieuwe, frisse film", vertelt ze. Het resulteerde in een bedrijfsfilm die in 2016 werd opgeleverd en hoge ogen gooide bij het publiek op de Inspiratiedagen.

Alles tonen of keuzes maken?

De eerste stap bij het maken van een bedrijfsfilm is bepalen wat het doel is. "De bedrijfsfilm heeft het doel om inzicht te geven in G.M. Damsteegt, zijn activiteiten en zijn machinepark. De beursvideo is bedoeld om bezoekers te verleiden de beursstand van G.M. Damsteegt te betreden. Daarnaast moet het een beeld geven van het bedrijf", zo luidt de formulering van het doel van de film voor Damsteegt. Ook bij Tuytel werd de keus gemaakt om alle aspecten van het bedrijf in de film te vatten. "Om daarin orde aan te brengen, werd gekozen om een onderverdeling te maken in de werkzaamheden. Dat resulteerde in vier groepen: grondverzet, transport, recycling en Zuig- en Veegtechniek", zegt Den Boer. In minder dan anderhalve minuut wordt zo een compleet beeld van Tuytel neergezet. Dat het een korte film is geworden, is mede te danken aan de inbreng van het bureau. "Wij wilden een langere





film”, bekent Den Boer. “Dat werd ons afgeraden, omdat het publiek snel is afgeleid”, zegt hij. Achteraf is het bedrijf echter blij dat het bij een korte film gebleven is. Het is een gemene deler in de films, want Vreugdenhil heeft met één minuut en 46 seconden de langste film en dat is nog steeds veel korter dan de gemiddelde bedrijfsfilm van een cumelabedrijf.

Medewerkers centraal

De bedrijfsfilm van Welvreugd, specialist in gestuurd boren, valt ook nog door een andere reden op. Het bedrijf doet namelijk meer dan de film laat zien. Een bewuste keuze? “Ik had liever meer laten zien”, zegt Vreugdenhil. Hoewel de directeur er dus niet helemaal tevreden mee is, is hij wel trots op het beeld dat van het personeel wordt gegeven. “Lof is er voor de passie en trots van de medewerkers die centraal staan in de film, ze praten met trots over hun vakmanschap”, zo omschreef de vakjury het. Het draait volgens de ondernemer ook om het personeel. “Met materieel werken zonder mensen gaat niet. Daarvan zijn we ons heel erg bewust. Het is belangrijk om daar goed mee om te gaan”, aldus Vreugdenhil. In de bedrijfsfilm wordt het personeel als heel stoer neergezet. Een beeld dat volgens hem helemaal klopt.

Alle drie de bedrijven zijn het erover eens dat het personeel een heel belangrijke rol speelt. Damsteegt zegt dat de medewerkers trots zijn op wat ze doen. “Je film heb je ook samen gedaan.”

Winst van de bedrijfsfilm

Over de winst van een bedrijfsfilm zijn de bedrijven het niet eens. Vreugdenhil is er heel stellig in dat hij niet gelooft dat je de film ooit terugverdient. Bij Damsteegt denken ze daar

heel anders over. “Wij betaalden ruim drieduizend euro voor de film en dat is het waard”, stelt Damsteegt vast. “Het is een tijdloze film geworden, die wordt ingezet op Facebook en LinkedIn en bij spreekbeurten en presentaties.”

Wanneer het nodig is, stelt Damsteegt dat er weer een nieuwe film zal worden gemaakt. “Verbeterpunten zijn er altijd. Het is een leerproces”, zegt zij. Bij Tuytel willen ze er ook meer mee gaan doen. “Wij gaan met het bureau kijken naar een film gericht op de recycling. Dat gaan we opnieuw met dit bureau doen. Wat dat heeft gedaan met camera’s en het materiaal dat het heeft gebruikt om de film te maken, dat hebben wij zelf niet”, legt hij uit. De ongeveer vijfduizend euro die ervoor werd betaald, ziet Tuytel dan ook als een investering.

Tips voor collega’s

Voor de andere ondernemers hebben de bedrijven ook nog wel een paar adviezen. Zo drukt Damsteegt de ondernemers op het hart “Maak de film zo dat het klopt. Waarmee ik bedoel dat de film een beeld laat zien wat bij je past”. Den Boer raadt aan om een bureau te gebruiken voor het maken van een film. “Die mensen hebben camera’s op de machine gezet, werken met een drone en hebben beelden gemaakt die anders niet zouden zijn gemaakt. Ze zijn er ook diverse keren voor naar een locatie gegaan”, aldus Den Boer. Dat is ook in de film van Welvreugd terug te zien. Daar zijn camera’s in leidingen gestopt en meer van dit soort bijzondere shots, die allemaal hebben geholpen om de bedrijfsfilm tot een winnaar te maken.

TEKST: Herma van den Pol

FOTO: Youtube

*Bedrijfsfilm van
Kraanverhuur en
Grondverzet
G.M. Damsteegt*

*Bedrijfsfilm van
Welvreugd
Drilling B.V.*

