

LICHTZUG

STRATEGISCHER PRAXISLEITFADEN

FILME, DIE TECHNIK VERKAUFEN

Wie technische B2B-Unternehmen komplexe Produkte verständlich machen, Vertrauen aufbauen und aus einem Drehtag ein nutzbares Content-System entwickeln.

AUSGABE 2026

Industriefilm · Produktvideo · Referenzfilm

lichtzug.de

Technik braucht keine lauten Claims. Sie braucht einen klaren Beweis.

Ein guter Industriefilm zeigt nicht einfach eine Halle oder eine Maschine. Er macht sichtbar, welches Problem ein Produkt löst, wie es im echten Betrieb funktioniert und warum ein Kunde darauf vertrauen kann.

Dieser Leitfaden hilft Marketing, Vertrieb und Geschäftsführung dabei, Film als verwertbares Kommunikationssystem zu planen. Ohne unbelegte Erfolgszahlen. Ohne Technikshow um ihrer selbst willen. Mit einem klaren Bezug zu Vertrieb, Produktkommunikation und Kundenvertrauen.

2026

DEUTSCHE AUSGABE

Inhalt

01	Film als Vertriebswerkzeug	04
02	Strategie vor Kamera	08
03	Produktion im echten Betrieb	13
04	Ein Dreh, viele Assets	17
05	Referenzfilm als Beweis	20
06	Kosten und Budget	23
07	Verteilung und Nutzung	26
08	Checkliste und Kontakt	28

Für wen ist der Guide gedacht?

Für Marketing, Vertrieb und Geschäftsführung in Maschinenbau, Technik und Fertigung.



01

Film als Vertriebswerkzeug

Klarheit entsteht, wenn technische Leistung im echten Einsatz sichtbar wird.

Was ein Industriefilm leisten muss

Nicht Reichweite um jeden Preis, sondern Orientierung für Menschen, die eine technische Entscheidung treffen.

01

Verstehen

Der Film übersetzt Funktion, Prozess und Nutzen in eine nachvollziehbare visuelle Reihenfolge.

02

Vertrauen

Echte Anlagen, echte Anwendungen und echte Gesprächspartner ersetzen abstrakte Behauptungen.

03

Verwenden

Der Film wird für Produktseite, Angebot, Messe und Verkaufsgespräch in passende Formate übersetzt.

DIE LEITFRAGE

Was muss ein Kunde nach dem Film klarer sehen als vorher?

Wenn diese Frage nicht präzise beantwortet ist, hilft auch die beste Kamera nicht. Film beginnt deshalb mit dem geschäftlichen Problem und nicht mit einer Shotlist.

Drei Formate für drei Aufgaben

Die aktuelle Lichtzug Positionierung konzentriert sich bewusst auf diese Kernformate.

01

INDUSTRIEFILM

VERTRIEB · WEBSITE · MESSE

Macht Anlagen, Prozesse und industrielle Kompetenz sichtbar.

ab 5.000 EUR

02

PRODUKTVIDEO

PRODUKTSEITE · ANGEBOT · SCHULUNG

Erklärt Funktion, Aufbau und Nutzen eines konkreten Produkts.

ab 6.000 EUR

03

REFERENZFILM

SALES · CASE STUDY · VERTRAUEN

Lässt einen echten Kunden über Problem, Lösung und Ergebnis sprechen.

6.500 EUR Paket

Preisstand Juli 2026. Alle Beträge verstehen sich zzgl. USt. Der konkrete Umfang wird individuell abgestimmt.

ENTSCHEIDUNG

Welches Format passt zu welchem Ziel?

ZIEL	INDUSTRIE	PRODUKT	REFERENZ
Eine Anlage im Einsatz erklären			
Ein Produktmerkmal verständlich machen			
Vertrauen vor dem Erstgespräch aufbauen			
Ein Kundenprojekt als Beweis nutzen			
Material für mehrere Kanäle gewinnen			
Ein Angebot visuell unterstützen			

Die stärkste Lösung ist nicht automatisch der längste Film. Sie ist das Format, das eine konkrete Frage der Zielgruppe beantwortet und später tatsächlich eingesetzt wird.



02

Strategie vor Kamera

Ein klarer Film entsteht aus einer klaren Entscheidung über Ziel, Zielgruppe und Aussage.

Vom Geschäftsproblem zum Filmziel



Problem

Was versteht der Kunde heute nicht, obwohl es kaufentscheidend ist?



Veränderung

Was soll nach dem Film klarer, glaubwürdiger oder leichter entscheidbar sein?



Einsatz

In welchem Moment von Vertrieb oder Marketing wird der Film verwendet?



Beleg

Welche reale Szene, Aussage oder Anwendung macht die Botschaft glaubwürdig?

Beispiel: Nicht Wir brauchen einen Unternehmensfilm. Sondern Der Vertrieb braucht einen 90-Sekunden-Film, der vor einem Angebot zeigt, warum die Anlage auch bei anspruchsvollen Taktzeiten stabil arbeitet.

BOTSCHAFT

Eine Hauptaussage. Drei Belege.

Komplexität wird nicht durch mehr Informationen gelöst, sondern durch eine bessere Reihenfolge.

HAUPTAUSSAGE

Das soll hängen bleiben

ANWENDUNG

Die Lösung arbeitet unter realen Bedingungen.

KUNDENSTIMME

Ein Kunde bestätigt die Veränderung.

TECHNISCHES DETAIL

Ein sichtbarer Mechanismus erklärt den Nutzen.

Alles, was die Hauptaussage nicht stärkt, wird gekürzt oder in ein separates Asset verschoben. So bleibt der Hauptfilm klar, während zusätzliche Themen in Kurzclips weiterleben.

Die tragfähige Story für technische Themen

01

Ausgangslage

Was war langsam, unsicher, teuer oder schwer verständlich?

02

Lösung

Welche technische Entscheidung verändert die Situation?

03

Anwendung

Wie sieht die Lösung im echten Betrieb aus?

04

Ergebnis

Was ist für Anwender oder Unternehmen jetzt besser?

Die Reihenfolge funktioniert für Produktfilm, Industriefilm und Referenzfilm.

Was sich ändert, ist der Absender des Belegs. Beim Produktvideo spricht vor allem die Anwendung. Beim Referenzfilm spricht zusätzlich der Kunde.

BRIEFING

Zwölf Fragen vor dem ersten Drehtag

ZIEL UND BOTSCHAFT

- 01 Welches geschäftliche Problem soll der Film lösen?
- 02 Wer trifft oder beeinflusst die Kaufentscheidung?
- 03 Welche eine Aussage soll hängen bleiben?
- 04 Welche drei Belege tragen diese Aussage?
- 05 Wo wird der Film konkret eingesetzt?
- 06 Welche Laufzeiten und Formate werden gebraucht?

DREH UND FREIGABE

- 07 Welche Anlage oder Anwendung muss sichtbar sein?
- 08 Wer kann glaubwürdig vor der Kamera sprechen?
- 09 Welche Bereiche sind sensibel oder vertraulich?
- 10 Welche Freigaben werden vor und nach dem Dreh benötigt?
- 11 Welche Kurzclips und Standbilder sollen mitentstehen?
- 12 Wer entscheidet final über die Abnahme?

Wenn diese Fragen beantwortet sind, wird der Dreh kürzer und der Film klarer.



03

Produktion im echten Betrieb

Industriefilm entsteht dort, wo Technik arbeitet. Planung schützt Sicherheit, Zeit und Authentizität.

Drehen, ohne den Betrieb aus dem Takt zu bringen

ZUGANG

Werkschutz, Ansprechpartner, Zeitfenster und Wege werden vorab geklärt.

SICHERHEIT

PSA, Sicherheitsunterweisung und sensible Bereiche gehören in die Planung.

ABLAUF

Die Shotlist folgt Produktionsfenstern und nicht umgekehrt.

TEAM

Ein schlankes Team reduziert Störung und bleibt beweglich.

FREIGABE

Vertrauliche Inhalte werden beim Dreh vermieden und im Schnitt geprüft.

Authentizität entsteht nicht durch Improvisation. Sie entsteht durch genug Vorbereitung, damit reale Arbeit ruhig und glaubwürdig beobachtet werden kann.

Echte Menschen brauchen keine auswendig gelernten Sätze.

GESPRÄCH STATT TEXTABNAHME

Gute Interviewführung holt Erfahrungen, konkrete Situationen und verständliche Formulierungen hervor. Die Fragen werden vorbereitet. Die Antworten bleiben natürlich.

- Mit einer konkreten Situation beginnen, nicht mit einem Unternehmensclaim.
- Nach dem Warum fragen, wenn eine Antwort nur ein Merkmal nennt.
- Fachbegriffe behalten, aber ihre Bedeutung im Kontext sichtbar machen.
- Genug Ruhe lassen, damit ein Gedanke vollständig ausgesprochen wird.

Die Shotlist folgt dem Verständnis

01

Kontext

Wo befinden wir uns und was wird hier hergestellt?

02

Prozess

Welche Bewegung oder Abfolge zeigt die Funktion?

03

Detail

Welches Bauteil erklärt den entscheidenden Vorteil?

04

Mensch

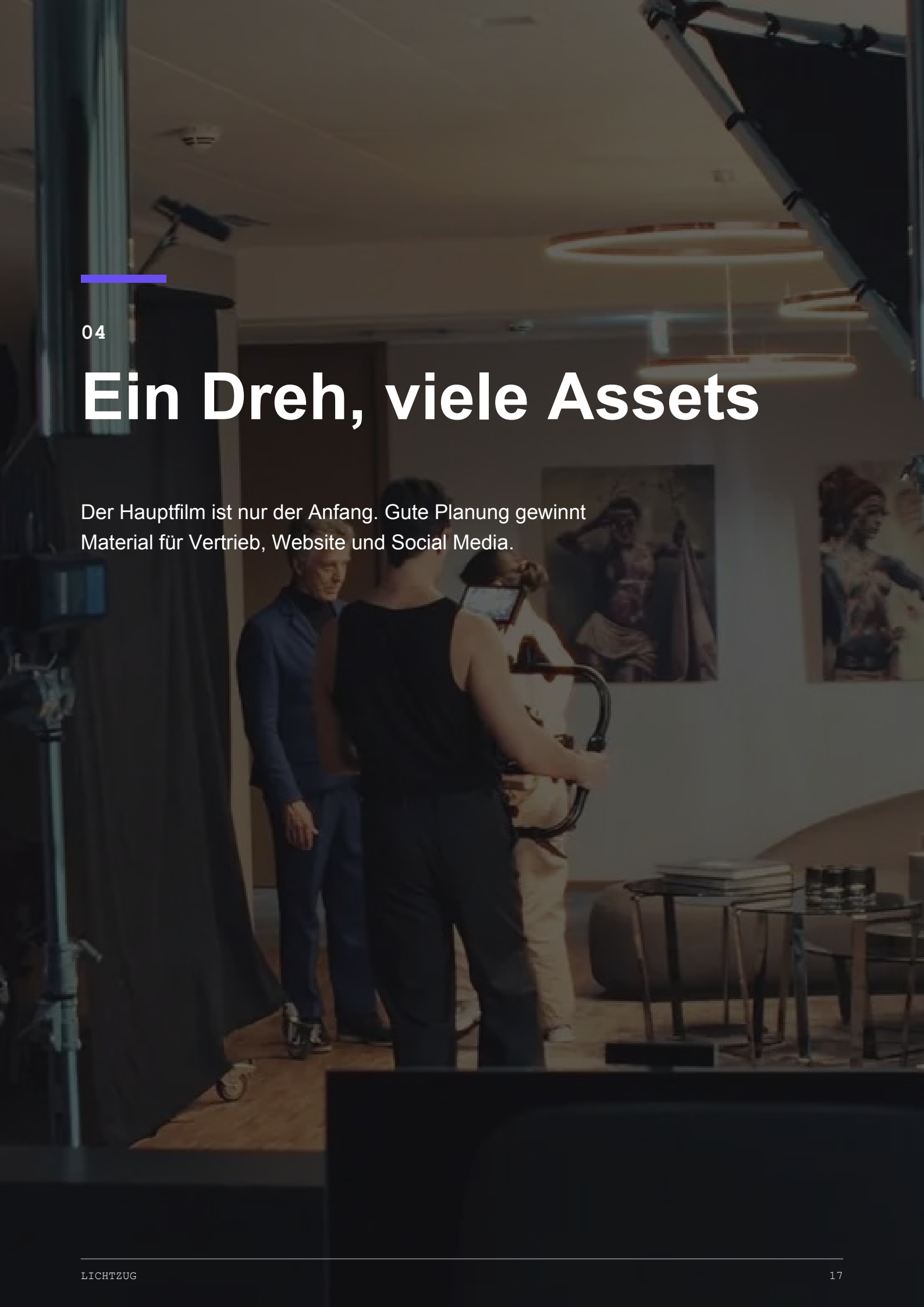
Wer bedient, prüft oder verantwortet die Anwendung?

05

Ergebnis

Woran wird sichtbar, dass die Lösung funktioniert?

Die Bildsprache wird nicht aus zufällig schönen Einstellungen gebaut. Jede Szene übernimmt eine Aufgabe in der Erklärung.

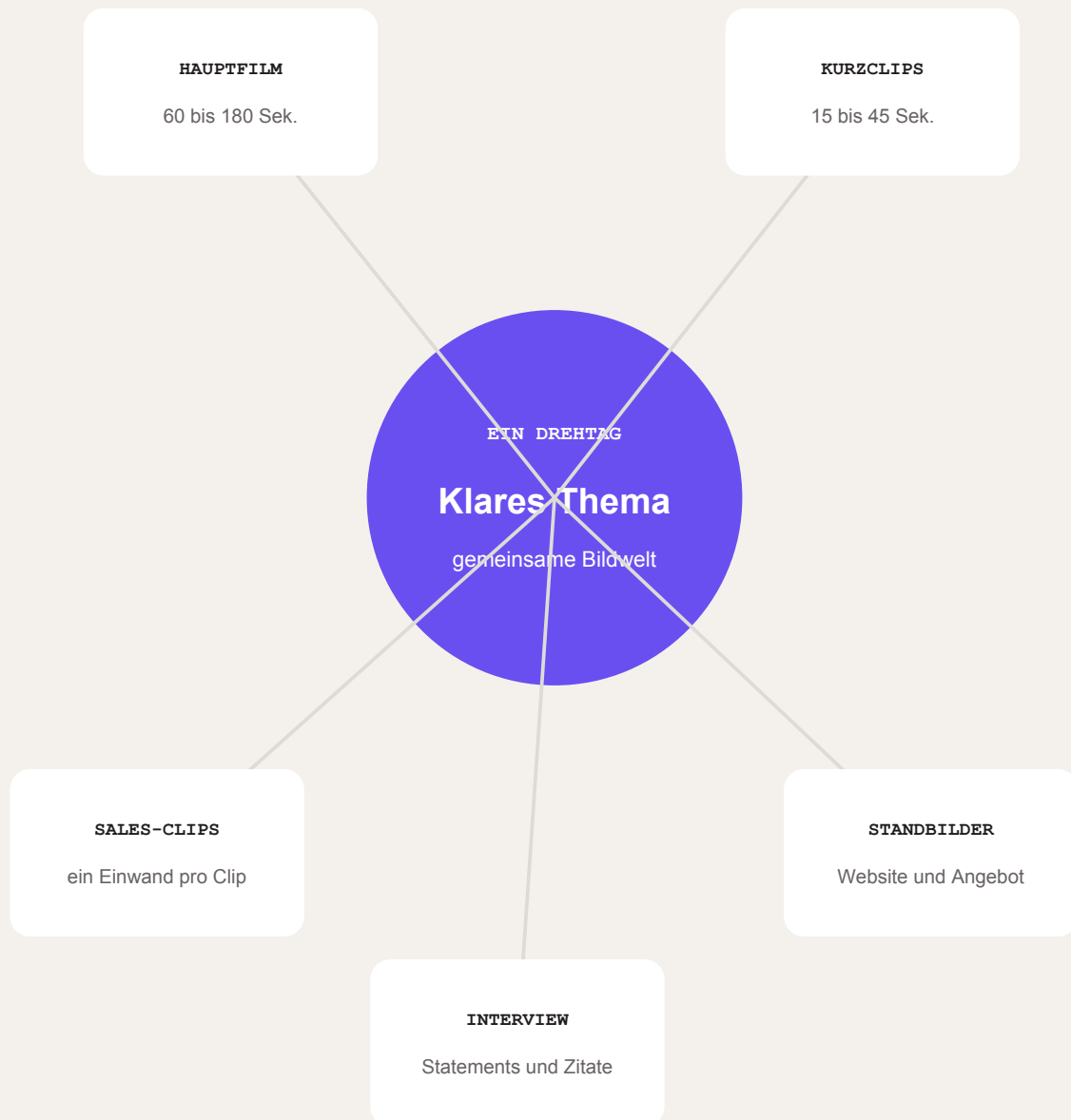


04

Ein Dreh, viele Assets

Der Hauptfilm ist nur der Anfang. Gute Planung gewinnt Material für Vertrieb, Website und Social Media.

Ein Produktionstag als Content-System



Der Zusatzaufwand entsteht vor allem in Planung und Schnitt. Deshalb müssen Formate, Bildausschnitte und Themen vor dem Dreh feststehen.

AUSSPIELUNG

Jeder Kanal braucht eine eigene Aufgabe

PRODUKTSEITE

Verständnis

Hauptfilm, Detailclip, Standbild

VERTRIEB

Einwand klären

Referenzclip, Anwendung, Kundenaussage

ANGEBOT

Entscheidung stützen

kurzer Linkfilm, Referenz, Prozessdetail

MESSE

Gespräch eröffnen

visuell starker Loop, Kurzfassung, Untertitel

SOCIAL MEDIA

Aufmerksamkeit

ein Gedanke pro Clip, Hochformat, klare Untertitel

Ein identischer Export für alle Kanäle verschenkt Wirkung.

Die Kernbotschaft bleibt gleich. Einstieg, Länge, Bildformat und Handlungsaufforderung werden angepasst.



05

Referenzfilm als Beweis

Ein echter Kunde macht aus einer Behauptung eine nachvollziehbare Projekterfahrung.

Zwei Ergebnisse aus einem Dreh

Der Endkunde wird nicht nur Teil der Referenz. Er erhält selbst ein verwertbares Kommunikationsasset.

FÜR DEINEN VERTRIEB

Referenzfilm

- Kundenstimme als Vertriebsbeweis
- Projektstory für Website und Angebot
- Kurzversionen für Sales und Social Media

FÜR DEINEN ENDKUNDEN

Partner-Clip

- eigener Filmwinkel mit echtem Nutzen
- frei verwendbar für Kommunikation
- gemeinsame Freigabe vor Veröffentlichung

Aus einer Bitte wird ein faires Angebot.

Das senkt die Hürde für die Kundenanfrage und schafft einen sichtbaren Mehrwert für beide Unternehmen.

[Partner-Referenz-System ansehen](#)

So wird die Kundenanfrage leichter

01

Passendes Projekt wählen

Ein Ergebnis mit erkennbarem Nutzen für beide Seiten.

02

Partner-Nutzen formulieren

Nicht nur um Sichtbarkeit bitten, sondern einen eigenen Filmwert anbieten.

03

Aufwand transparent machen

Drehzeit, Ansprechpartner, Werkschutz und Freigaben früh benennen.

04

Sensible Inhalte schützen

NDA, Sperrbereiche und interne Dokumente verbindlich klären.

05

Beide Fassungen abstimmen

Veröffentlicht wird erst nach finaler Freigabe beider Seiten.

Lichtzug liefert für die Anfrage einen Argumentationsleitfaden. Die Beziehung zum Endkunden bleibt beim Auftraggeber. So bleibt die Kommunikation persönlich und klar.

A dimly lit film set with studio equipment and people. In the foreground, a person in a black tank top and dark pants stands with their back to the camera, holding a camera. To their left, a man in a blue suit stands looking towards the camera. In the background, another person is visible, and there are large studio lights and equipment. The scene is set in a room with a wooden floor and a white wall with some artwork.

06

Kosten und Budget

Nicht die Kamera bestimmt den Preis. Entscheidend sind Umfang, Zeitaufwand, Komplexität und Zahl der Ergebnisse.

Realistische Orientierungswerte

INDUSTRIEFILM

ab 5.000 EUR

Sehr einfache Projekte starten hier. Umfangreiche Projektfilme liegen bei 20.000 EUR und mehr.

PRODUKTVIDEO

ab 6.000 EUR

Ein einzelnes Feature oder eine Maschine im kleinen Rahmen. Mehr Funktionen erhöhen den Aufwand.

REFERENZFILM-PAKET

6.500 EUR

Referenzfilm, Partner-Clip und drei Kurzversionen. Reisekosten in Norddeutschland enthalten.

Alle Preise zzgl. USt. Konkrete Angebote richten sich nach Projektumfang und vereinbarten Ergebnissen.

[Aktuelle Details zu Industriefilm-Kosten](#)

Wofür Budget tatsächlich eingesetzt wird

01

DREHTAGE

Wie viele Produktionsfenster, Motive und Abläufe müssen aufgenommen werden?

02

DREHORTE

Wie erreichbar sind Anlagen, Kundenstandorte und sensible Bereiche?

03

VORBEREITUNG

Wie aufwendig sind Konzeption, Abstimmung, Sicherheit und Freigaben?

04

POSTPRODUKTION

Wie komplex sind Schnitt, Ton, Animation, Sprecher und Farbgestaltung?

05

VARIANTEN

Wie viele Laufzeiten, Formate, Sprachen und Kanalversionen werden benötigt?

Budget wird effizienter, wenn ein klarer Hauptfilm und die wichtigsten Zusatzformate gemeinsam geplant werden. Später improvisierte Varianten kosten mehr und passen oft schlechter.



07

Verteilung und Nutzung

Ein Film entfaltet seinen Wert nicht im Ordner. Er muss an den richtigen Stellen im Kaufprozess auftauchen.

Fünf konkrete Einsatzmomente

VOR DEM ERSTGESPRÄCH

Ein kurzer Film schafft Kontext und spart Erklärzeit.

NACH DER DEMO

Ein Produktclip hält den wichtigsten Nutzen präsent.

IM ANGEBOT

Ein Referenzfilm liefert Vertrauen neben Preis und Leistungsbeschreibung.

VOR DER INTERNEN ENTSCHEIDUNG

Der Film hilft deinem Ansprechpartner, die Lösung intern zu erklären.

NACH DEM ABSCHLUSS

Anwendungsclips unterstützen Einführung, Schulung und Kommunikation.

Die wichtigste Vertriebsfrage lautet nicht Wie oft wurde der Film angesehen? Sondern In welchem Entscheidungsmoment hat er eine Erklärung erleichtert oder Vertrauen geschaffen?

Messen, was zum Ziel passt

NUTZUNG

Wird der Film von Vertrieb, Marketing und Produktteam tatsächlich eingesetzt?

QUALITÄT

Bleiben Zuschauer an den entscheidenden Stellen dabei?

REAKTION

Entstehen Rückfragen, Gespräche oder konkrete Weiterleitungen?

VERTRIEBSWERT

Hilft der Film bei Einwänden, interner Abstimmung oder Angebotsentscheidung?

KEINE SCHEINGENAUGIGKEIT

Views allein belegen keinen Verkaufserfolg. Sinnvoll ist eine einfache Dokumentation: Wo wurde der Film eingesetzt, welches Gespräch folgte und welche Rückmeldung kam aus Vertrieb oder Kundschaft?

Die kompakte Filmprojekt-Checkliste

☐

01

Geschäftliches Problem und Filmziel sind in einem Satz formuliert.

☐

02

Zielgruppe und konkreter Einsatzmoment sind festgelegt.

☐

03

Hauptaussage und drei sichtbare Belege sind definiert.

☐

04

Format, Laufzeit und benötigte Kanalversionen stehen fest.

☐

05

Drehorte, Produktionsfenster, Sicherheit und sensible Bereiche sind geklärt.

☐

06

Gesprächspartner und Interviewthemen sind abgestimmt.

☐

07

Hauptfilm, Kurzclips und Standbilder sind vor dem Dreh geplant.

☐

08

Verantwortliche für Feedback und finale Freigabe sind benannt.

Je mehr Punkte vor dem Dreh klar sind, desto besser lassen sich Zeit und Budget nutzen.

Technische Leistung sichtbar machen.

Lichtzug produziert Industriefilme, Produktvideos und Referenzfilme für Maschinenbau, Technik und Fertigung. Gedreht wird im echten Betrieb, mit klarer Vorbereitung und verwertbaren Formaten für Vertrieb und Marketing.

Projekt besprechen

kontakt@lichtzug.de

+49 172 353 4040

lichtzug.de/kontakt/