

20.07.2020

Liebe Filmemacher*Innen,

wir starten in 2021 erstmals das Unified Filmmakers Festival, mit dem wir die FilmemacherInnen auf der ganzen Welt dazu aufrufen, uns ihre Filme zum Thema Corona zu schicken. Dabei interessieren uns nicht nur die Geschichten in der Krise sondern auch die Visionen für das Leben danach.

Damit wir auf unser Festival aufmerksam machen und nach Online-Stellung der Filme auf die Filme selber hinweisen können, haben wir uns 2 Marketing-Kampagnen ausgedacht. Die erste um auf das Festival aufmerksam zu machen und die zweite nach Onlinestellung der Festival-Filme, um das Publikum zu animieren die Filme zu sehen und für sie voten. Dafür werden ab 01. November 2020 jeweils 30 Clips (15-60 sek.) von uns, unseren Festival-Partnern und mit Hilfe einer Media-Agentur auf allen sozialen Plattformen und über einen Zeitraum von je 3 Monaten weltweit gepostet. Unsere Reichweite beträgt schon jetzt weit über 10 Millionen Abonnenten und weit mehr Interessierte. Alle 3 Tage gibt es einen neuen Clip auf den sich das Publikum freuen kann. Hierfür brauchen wir die ideenreiche und tatkräftige Unterstützung von euch FilmemacherInnen.

Und das sind die Details für unsere Marketing-Kampagne:

- Die Spots sollen aus einer abgeschlossenen Geschichte mit einer max. Länge von 45 sek. bestehen, die thematisch im Kontext mit der COVID19 - Pandemie steht. Alle filmischen Genres sollen abgedeckt werden, ergo wünschen wir uns Geschichten, die dem Thriller / Horror Genre zuzuordnen sind, genauso wie komische, ernste oder animierte Stories, wie auch dokumentarische Geschichten. Hauptsache sie sind unterhaltsam.
- Vor und nach jedem Clip wird eine Sponsorentafel (2 sek.) geschaltet werden, sowie eine Tafel mit den Branchenpartnern (3 sek.). Jeder Clip endet mit einem Festival-Closer der den Namen der oder des Creators beinhaltet (ca. 9 sek.).
- Für besondere Ideen, die mehr Zeit in Anspruch nehmen, werden wir in Ausnahmefällen auch längere Geschichten verwenden. Diese Clips können nicht auf TikTok gepostet werden.
- Alle Clips werden zur Monetarisierung freigeschaltet und die Erlöse daraus zum Ende des Jahres hälftig mit den Filmemachern geteilt.
- Es kommt nicht auf die technische Umsetzung an, allein die Geschichte steht im Vordergrund. Jedes gängige Aufnahmeformat ist möglich, Minimum 1080p.
- Bitte macht Euch mit den gesetzlichen Vorschriften zum Thema "Drehen während Corona" vertraut und verinnerlicht dazu diesen Link zu **Setiquette**.

Wir lassen euch bei der Herstellung der Clips natürlich nicht allein:

- Wir werden euch bei allen Belangen für die Herstellung der Clips nach besten Kräften unterstützen. Allerdings können wir für die Herstellung der Clips leider kein Geld zahlen, dafür stehen wir euch mit der Hilfe unserer Partner bei Equipment und Postproduktion und unserer eigenen Erfahrung zur Seite.
- Für alle Musikstücke und Sound-Effekte könnt Ihr Euch kostenlos aus der umfangreichen Library unseres Festival-Partners [Extreme Music](#) bedienen.
- Um die inhaltliche Zusammensetzung der Kampagne zu planen und auch jedes Genre abbilden zu können, ist es notwendig, dass wir vor Herstellung eines Clips involviert werden. Hierzu veranstalten wir regelmäßige Online-Kreativ-Meetings und würden uns über eure Beteiligung freuen.

Wir freuen uns über jede Unterstützung, auch wenn es nur Ideen sind, die uns dabei helfen die Marketing-Kampagnen noch besser zu machen.

Gerne könnt ihr euch via email oder auch telefonisch an uns wenden.

Patricia Mestanza
Festivalleitung

p.mestanza@unifiedfilmmakers.com

////////////////////////////////////

UNIFIED FILMMAKERS FESTIVAL
Patricia Mestanza Niemi



Mobil: 0163- 5630405

www.unifiedfilmmakers.com