

Imagefilme für kleines Geld

◆ Nur Konzerne können sich Werbefilme leisten? Bischoff Werbung & Kommunikation GmbH dreht auch für Mittelständler

VON KARLHEINZ FAHLBUSCH

„Mit guten Ideen ist auch im strukturschwachen Raum etwas möglich“, sagt **Hans Bischoff**, Geschäftsführer der **Bischoff Werbung & Kommunikation GmbH** in Pfullendorf. 1988 kam er von Stuttgart in den Litzgau. In der Landeshauptstadt hatte er zuvor einen Ein-Mann-Betrieb in der Werbebranche gegründet und dadurch einige Kontakte in die Region bekommen. Mittlerweile ist seine Firma ein gefragter Partner bei Firmen und Kommunen im südlichen Baden-Württemberg und der Schweiz und bietet die üblichen Fullservice-Leistungen einer Werbeagentur. Das bedeutet Print, Web und Multimedia aus einer Hand. Darin unterscheidet sich Bischoff nicht von seinen Mitbewerbern. Doch Bischoffs Zielgruppe ist eine andere. „Wir arbeiten gerne mit kleinen und mittelständischen Unternehmen – und das mit Erfolg“, sagt der Firmenchef und erinnert sich daran, wie so mancher Kollege diese Zielsetzung eher mit einem kritischen Blick verfolgt hat. Die Werbebesatzer kleinerer Firmen sind oft nicht besonders groß und in den klammen Kassen der Kommunen sucht man meist vergebens nach Haushaltsposten für Imagegewerung.

„Wenn das Preis-Leistungsverhältnis stimmt, wenn der Kostenfaktor akzeptabel ist und das Ganze auch noch Erfolg verspricht, dann tut sich da aber eine ganze Menge“, sagt Bischoff und deshalb hat er auch ein Medium in sein Programm aufgenommen, das in der Regel für den Auftraggeber mit enormen Kosten verbunden ist: Film.

Image-, Produkt- und auch Schulungsvideos gewinnen immer mehr an Bedeutung. Das gilt auch für die Umsatzzahlen bei der Bischoff GmbH. Vor knapp zwei Jahren hat das Unternehmen mit den Video- und DVD-Pro-



Claus Berbig, Ingrid Bischoff und Hans Bischoff setzen bei Videoproduktionen voll auf den Mittelstand. Unten: Berbig und Peter Herrmann im Einsatz.



duktionen angefangen, eigentlich mehr aus der Not heraus. Ein Kunde wollte unbedingt ein Schulungsvideo haben und beauftragte Bischoff mit den entsprechenden Vorbereitungen. Die Vorgabe war nicht einfach zu erfüllen: Das Ganze sollte kostengünstig sein. Das war nun ein harter Brocken, denn die benötigten Highend-Studios erwiesen sich zwar als hoch professionell – aber eben auch recht teuer.

Für Bischoff und sein Team war klar: Da müssen wir selbst aktiv werden, um dem Kunden seine Wünsche zu erfüllen. Mit dem entsprechenden Equipment ging es schon bald los. Professionelle Sprecher, die auch aus der Fernsehwerbung bekannt sind,

wurden mit ins Boot geholt, das Bild- und Videoarchiv enorm erweitert und für den richtigen Sound sorgt mittlerweile ein firmeneigenes Musikarchiv. Alles erstellte Material wird in einer zentralen Datenbank abgelegt, auf die jeder Mitarbeiter Zugriff hat, denn jeder Wege sind auch hier wirtschaftlich.

Das Preis-Leistungsverhältnis muss stimmen.

Die Bandbreite reicht von der Schulungs-DVD über das Imagevideo für eine Gartenbaufirma bis

zum Markenaufbau für einen finnischen Sauna-Produzenten. Sprachprobleme oder der Umgang mit einer anderen Denkweise stellen da für Bischoff und seinen Prokuristen **Claus Berbig** kein Problem dar. „Da muss man halt flexibel sein“, sagen sie – und das gilt auch im Bereich der Kundenakquise. Immer mehr soziale Einrichtungen und Dienstleister erkennen, wie wichtig eine gute Selbstvermarktung ist. Imagewerbung ist auch längst im Sozialbereich als wichtig erkannt worden – nur fehlt oft das Geld, um eine professionelle Darstellung zu realisieren. Für die Bischoff GmbH ist das kein Problem. Durch die breite Angebotspalette bekommt der Kunde ein auch für seinen Geldbeutel passendes Angebot. Und er bekommt Material, das er gleich mehrfach verwenden kann. Ein Film zur öffentlichen Präsentation, das Ganze auf CD-ROM oder DVD, dazu passende Printmedien. Weil die Filme gleich fürs Internet komprimiert werden, hat der Kunde eine Mehrfachnutzung ohne Zusatzkosten. „Wir machen das Medium Film für kleine und mittelständische Firmen möglich“, sagen Bischoff und Berbig – und der Erfolg scheint ihnen Recht zu geben.