

Markenfilm GmbH & Co. KG, Wedel

www.markenfilm.de

Kennzahlen	2005
Umsatz	42,4 Mio. Euro
Mitarbeiter	121
Beteiligung seit 19. März 1998	
HANNOVER Finanz Gruppe	25,1 %

Löwensegen für Klein-Hollywood

Bald 50 Jahre hält die Markenfilm GmbH & Co. KG ihre Spitzenposition in der Werbebranche. Mit ihrer Kreativität hat sie Werbegeschichte geschrieben und zahlreiche Preise gewonnen – darunter viele goldene Löwen, die begehrte Trophäe aller Werber beim renommierten International Advertising Festival in Cannes. Mit Beteiligungskapital stützt das Unternehmen seine Nachfolgeplanung.

Ob blaue Karibik, wild zerklüfteter Fjord oder Grand Canyon – die Markenfilm GmbH & Co. KG dreht an den schönsten Plätzen der Welt. Das Herz des Familienunternehmens aber schlägt in einem kleinen idyllischen Wäldchen kurz vor den Toren Hamburgs – Hollywood en miniature. Dort, in einem früheren Moorgebiet, steht ein Einfamilienhaus aus den 50ern. Das ist die Keimzelle des Werbeimperiums mit seinen sechs Tochterfirmen, seinen Studios und Werkstätten, die die Familie Bittel nach und nach um das Haus herum gruppierte.

Johannes Otto Bittel gründet die Markenfilm 1957 als Produktionsgesellschaft für TV-Werbung. Sowohl das Fernsehen als auch die Werbung stecken im Nachkriegsdeutschland noch in den Kinderschuhen. „Mit dem Mut des Ignoranten“, wie er selbst sagt, legt er den Grundstein für eine der ersten Produktionsgesellschaften. Heute gehört Markenfilm zu den Größten in Europa. Das Who is who der Werbebranche lässt hier arbeiten.



Geschäftsführender Gesellschafter Florian Beisert

Dabei kommen viele Agenturen mit ihren Ideen zu dem kreativen Team der Markenfilm und gehen mit einem fertigen Produkt. Sie wissen, hier werden ihre Konzepte nicht einfach nur umgesetzt, sondern mit neuen Ideen angereichert und nach besten Qualitätsstandards realisiert. Fünf feste sowie zahlreiche freie Regisseure – darunter auch manch berühmter Name aus

Hollywood – drehen jährlich im Schnitt 200 Filme. Das macht seit der Gründung 2.000 Kinospots und an die 13.000 TV-Commercials. Von „Familie Saubermann“ für OMO über Rudi-Carrell-Spots für Edeka und „Like Ice in the Sunshine“ für Langnese bis hin zum Spinat mit dem Blubb mit Verona Feldbusch hat die Markenfilm nicht nur Werbegeschichte geschrieben, sondern auch die deutsche Alltagskultur mit geprägt.



Fast alles, was zur Realisation der Filme notwendig war, musste das Werbeunternehmen selbst aufbauen oder „erfinden“. Die TV-Studio GmbH ist der Atelierbetrieb und die erste Tochtergesellschaft von Markenfilm. Ob Sultanspalast oder Straßenzug – die zehn Handwerker, die fest in den Werkstätten arbeiten, bauen jede gewünschte Realität zusammen. Hinzu kommt eine ausgeklügelte Studio-, Licht- und Kamertechnik, die jeden noch fehlenden Gegenstand und jede Stimmung in die Kulissen zaubert. Die MF Video Produktion GmbH produziert Studio- und Außenaufzeichnungen und kümmert sich um die Endfertigung der Filme, ganz gleich ob Paintbox, Retusche oder digitale Bildeffekte. Die Tochter BM 8 stellt Industrie- und Imagefilme her, während die Werbeproduktionen der Tochter „Erste Liebe“ jüngere Konsumenten ansprechen. Eine weitere Tochter ist die Markenfilm Berlin GmbH.

Dieses kleine Filmimperium faszinierte den heutigen geschäftsführenden Gesellschafter Florian Beisert schon zu Schulzeiten. *„Das war für mich Klein-Hollywood. Hier wollte ich unbedingt mitmachen.“* Er fing als Kabelträger bei Markenfilm an und arbeitete sich zum Regisseur hoch. In den 16 Jahren, die er inzwischen dabei ist, hat er die Entwicklung vieler Stars und Sternchen miterlebt. *„Wir sind hier wie eine kleine Familie. Unsere Kunden sind uns treu, weil wir als Familienunternehmen eine besondere Atmosphäre, gepaart mit Verlässlichkeit, Beständigkeit und viel Kreativität, bieten können.“* Markenfilm hat deshalb und durch das Angebot der Tochterfirmen die schwierige Zeit in der Werbebranche, die Verlagerung des Schwerpunktes in den Unternehmen von der Werbung zur Imagearbeit und Public Relations, gut überstanden. *„Das Wichtigste ist, beste Qualität zu liefern, ganz gleich wie groß der Auftrag ist.“* Florian Beisert sieht Markenfilm als Zulieferer und Dienstleister. *„Wir müssen dreimal*

mehr kämpfen als früher, da die Budgets der Werbeagenturen kleiner geworden sind. Jetzt zahlt es sich aus, dass wir fast fünfzig Jahre dabei sind. Wir haben noch alle Mitarbeiter halten können.“ Das ist für ein Unternehmen, das von kreativer Leistung abhängig ist, besonders wichtig.

Der Eigenkapitalgeber HANNOVER Finanz mit der Commerz UBAG in der Gruppe stieg 1998 für einen früheren Gesellschafter ein. Florian Beisert ist mit dieser Lösung zufrieden.

„Wir fühlen uns wohl mit dieser Lösung. Die Beteiligungsgesellschaft gibt uns Rückendeckung bei der Nachfolgeplanung und hält sich aus dem operativen Geschäft raus. Wichtig für Markenfilm war auch die Bereitschaft der HANNOVER Finanz, als Minderheitsgesellschafter einzusteigen.“