



Starpic und Impulswerkstatt, Heilbronn

## Ansprechendes Image

*Die Jungunternehmer Martin Spieß (links) und Steffen Söhner setzen Unternehmen mit Imagefilmen in Szene*

Bild: Schrank

**Der Filmemacher Steffen Söhner und der Kameramann Martin Spieß drehen Filme über Industrieunternehmen – Publikum sind deren Kunden.**

JÜRGEN SCHRANK

„Wir wollen in unseren Filmen in erster Linie unterhalten, ohne den Inhalt zu vernachlässigen“, so Starpic-Gründer Spieß.

Die Imagefilme aus Heilbronn wirken wie Dokumentarfilme. Steffen Söhner: „Wir verpacken Werbebotschaften in Geschichten.“ Dabei würden oft die Mitarbeiter sowie das kulturelle Umfeld eines Unternehmens einbezogen.

Schließlich wolle man Filme produzieren, die Kunden wirklich nützten. „Aneinandergereihte Superlative will doch keiner sehen“, sagt Martin Spieß.

Angesiedelt haben sich die zwei Gründer in der Bürogemein-

schaft Loft 16.1 in der Frankfurter Straße in Heilbronn. Spieß war sieben Jahre Kameraassistent beim SWR in Stuttgart und arbeitet seit 2000 als freier Kameramann.

Söhner, der 13 Jahre Erfahrungen aus der Industrie mitbringt, machte sich vor zwei Jahren als Dokumentar und Drehbuchautor selbstständig. „Ich kann das Besondere, die Stärken im Unternehmen greifbar machen.“ Gemeinsam mit seiner Frau Katja

Filmproduktion Systemische Beratung Möbeldesign  
Catering Webdesign Fotografie Strategien Tagbar  
**www.loft16-1.de** Messgestaltung  
Lebensmittelhandel Firmenfeiern Coaching Kommunikationsdesign



**Loft 16.1**  
Frankfurter Str. 16/1 · 74072 Heilbronn

© Büro Atelier für Gestaltung ImpulsWERKSTATT Syst. Beratung + Filmproduktion kuh vadief Kommunikationsdesign Pfeffer Lebensmittel & Tagbar starpic Filmproduktion + Fotografie

Söhner-Bilo, deren Geschäftsfeld systemische Beratung und Organisationsentwicklung abdeckt, betreibt er die Firma "Impulswerkstatt".

## Weniger ist mehr

Ein drei bis vier Minuten langer Imagefilm beginnt etwa bei 8 000 €. Die Inhalte werden vor Ort aufgearbeitet, um die Vorstellung der Industriekunden genau zu treffen. "Wir wollen, dass unser Auftraggeber möglichst nach zwei Gesprächen keine Arbeit mehr mit dem Film hat." Voraussetzung dafür ist laut Söhner eine genaue Auftragsklärung.

Entscheidend für die Qualität des Films ist die Idee. Wird das Konzept umgesetzt, dann kommen meist konventionelle Mittel zum Einsatz. "Ich muss nicht vom großen Kran das Firmengebäude aus allen Perspektiven filmen und dabei den gesamten Betrieb lahm legen", schildert Spieß.

## Wirtschaftliches Zeitdokument

Neben Imagefilmen produzieren die Jungunternehmer auch Dokumentarstreifen, Magazin-, Werbe- und Lehrfilme sowie Kinospots. Letztes Projekt war eine Fernseh-Dokumentation über eine alternative Wirtschaftsform mit dem Titel "Die Zeitbank". Produziert wurde unter anderem in Berlin, London und New York. Die Kunden der jungen Kooperation kommen aber hauptsächlich aus der Region. "Meist handelt es sich um Mittelständler", sagt Steffen Söhner. "Deren interessante Produkte und Leistungen in einem globalen Markt zu kommunizieren, dafür ist das Medium Film prädestiniert."