

## Zwei Gründer als Mädchen für alles

Hanauer Unternehmen netfilm 2000 produziert im TGZ Werbespots für den Internet-Auftritt von Mittelstandsfirmen

**Hanau. Imagefilme sind sehr teuer. Mittelständische Unternehmen wie Fitnessclubs, Hotels und Autohäuser können sich diese Form der Werbung meistens nicht leisten. Der Informatiker Jürgen Frohberg (45) hat sich dies zusammen mit der Programmiererin Birgit Gehrken (38) zunutze gemacht. Seine Geschäftsidee: Mit dem Unternehmen netfilm 2000 bieten sie an, für Kunden-Internetseiten kurze Werbefilme zu produzieren. Kostenpunkt: 2000 Euro.**

...Unternehmenssitz ist das TGZ in Hanau. „Bewegte Bilder zeigen viel mehr Stimmungen und Botschaften“, sagt Frohberg. „Wir sind nur ein kleines Team und rücken nicht mit LKW-Ladungen voller Ausrüstung und 20 Mitarbeitern an“, sagt der Geschäftsführer in Anspielung auf große Fernsehanstalten. Innerhalb von drei Tagen sei der 40- bis 50-Sekunden-Spot fertig. Um die Ausgaben gering zu halten, machen die beiden fast alles selbst. Sie schreiben in Absprache mit dem Kunden einen Szenenablaufplan, schneiden den Film, spielen die Musik ein und sprechen den Moderationstext.

Sie sind also Drehbuchautor, Regisseur, Tontechniker und Cutter in einem.

Als Darsteller für die Werbefilme setzt netfilm 2000 junge Laienschau­spieler ein. „Für Dokumentarfilme greifen wir auch auf die Mitarbeiter der Unternehmen zurück“ so der 45-Jährige. Das halte die Produktionskosten niedrig. „Weil die Gema-Gebühren für bekannte Musikstücke so teuer sind, habe ich anfangs selber auf dem Keyboard Lieder eingespielt. ...

Die Programmiererin Birgit Gehrken ist dafür zuständig das Filmmaterial so runterzurechnen, das Internetnutzer nicht stundenlang laden müssen, bevor sie den Spot sehen können. Ein Server in Berlin garantiert die Verfügbarkeit 24 Stunden am Tag... Bereits seit 1995 beschäftigt sich der Dammbacher intensiv mit der Filmerei. Zuerst waren es die Urlaubsvideos, die ordentlich geschnitten wurden. Dann kam die Idee, mehr daraus zu machen. „Ich habe angeboten, auf Kommunionen zu filmen. Aber Privatleute haben dafür kein Geld übrig“, so erzählt der 45-Jährige.

Als der Job in einer Computerfirma nur noch zur Nervenprobe wurde, wagte er den Sprung in die Selbstständigkeit und kündigte. Gehrken, die er bereits über Ihren Arbeitgeber kannte, holte er mit ins Boot.

„Ich war auch nicht mehr zufrieden mit meinem dortigen Job“, erzählt sie. Hanau sei jetzt der ideale Standort. „Ich komme aus Dammbach und meine Kollegin aus Königstein im Taunus. Da liegt Hanau so ziemlich in der Mitte“, sagt er. Außerdem gebe es im TGZ viel Unterstützung. Stolz sind die beiden darauf, dass sie für die Hanau Marketing GmbH als Referenz einen Werbefilm über den Weihnachtsmarkt und die Eisfläche machen durften. „150 Produktionen im Jahr sind möglich, wenn wir auf 50 oder 60 kommen, wäre das schon toll“, sagt der 45-Jährige. Doch Frohberg träumt bereits von mehr. Er glaubt, dass der Internetfilm eine Alternative zum Fernsehen sein könnte. „Eine werbefinanzierte Daily-Soap oder Reportagen, so etwas würde ich gerne machen“, meint Frohberg.

Mirjam Richter (HA/rg)

erschieden im "Hanauer Anzeiger" am 21.02.2006 gekürzt