

# Crossmediale Unternehmensfilme

plonsker media GmbH

**Sie ist kein einfaches Pflaster für Filmproduktionsfirmen, die Metropolregion: Gerade „zehn Prozent des Umsatzes“ generiert Thomas Plonsker hier – und dies, obwohl seine plonsker media GmbH nach eigenen Angaben zu den bundesweit renommiertesten Produktionsfirmen für Unternehmensfilme gehört.**

**Dies wurde Ende letzten Jahres** einmal mehr von fachlich kompetenter Seite mit Auszeichnungen bestätigt. So hat plonsker me-

dia gleich mehrere Preise beim Fachwettbewerb „Corporate Media Veranstaltung“ erlangen können, unter anderem einen „Master of Excellence“ für die Anwendung „Konfliktmanagement im Gesundheitswesen“ sowie eine „Auszeichnung für hohen Standard“ für den Film „Alltagshelden“ – Teil einer Reihe zum Thema Arbeitssicherheit für Auszubildende im Auftrag der Gesetzlichen Unfallversicherung- und Baustein eines Gesamtpaketes aus Film, interaktiven Anwendungen, Internet-Präsentation und Arbeits-



materialien, das die „plonsker media“ in Zusammenarbeit mit der Universität Landau erstellt hat. „Wir schauen uns an, welche Darstellungsformen von unserer Zielgruppe genutzt werden“, umreißt Plonsker die Konzeption seines crossmedialen Angebots.

**Vernetzung ist dabei** nur ein Teil des Konzeptes. Plonskers Spezialität, die narrative Umsetzung von Doku-Inhalten, eine weitere: „Alltagshelden“, laut Plonsker für „einen hohen fünfstelligen Betrag“ unter anderem in Landau gedreht, operiert mit Spielfilm-Ästhetik, um der jungen Zielgruppe eine Identifikations-Plattform zu bieten. „Wir arbeiten dabei mit Spitzenkräften zusammen“, so der Geschäftsführer, der in seiner 1998 gegründeten Firma vier festangestellte und rund 30 freie Mitarbeiter beschäftigt. Eines der Probleme der Produktionslandschaft in der Metropolregion besteht laut Plonsker allerdings darin, dass dieser Standard keineswegs die Regel darstellt: „Es gibt im Rhein-Neckar-Raum viele Kleinunternehmer, die sich mit Kooperationen schwer tun.“ Das Ergebnis dieser Zersplitterung: Die großen Aufträge bleiben nicht in der Metropolregion. Zwar herrscht an geeigneten Drehorten und Kooperationswillen der Behörden kein Mangel, aber so zieht es gut ausgebildete Filmschaffende eher in die Produktionszentren wie Köln oder Berlin. Abhilfe könnte laut Plonsker nur ein Zusammenschluss re-

gionaler Firmen bringen: „Das ist letztendlich eine Überlebensfrage.“

**Genügend potenzielle Auftraggeber** gäbe es dabei in der Metropolregion – zumal Plonsker für die Zielgruppe der Mittelständler ein modulares Konzept entwickelt hat, gleichsam eine Art virtuelle Loseblatt-Sammlung: So könnte der Kunde zunächst einzelne Kurzfilme, beispielsweise zur Präsentation auf seiner Homepage, in Auftrag geben – und die Sammlung nach Bedarf erweitern. Grobe Faustregel für Industriefilme laut Plonsker: „Unter 1.500 Euro pro Minute läuft nichts, über 10.000 Euro pro Minute auch nicht.“ Eine bessere Vernetzung zwischen Filmschaffenden versucht Plonsker bereits – und ist auf der Suche nach Partnern für ein neues Filmstudio: Vor kurzem hat die „plonsker media gmbh“ ihren Umzug von Ludwigshafen nach Landau abgeschlossen – und sucht am neuen Standort ein geeignetes Studio zum Drehen. (dlk)

**i** plonsker media GmbH

Geschäftsführer: Thomas Maria Plonsker  
Gegründet: 1998, seit 2004 GmbH  
Standort: Landau

Beschäftigte: vier feste, ca. 30 freie,  
ab Herbst ein Azubi  
[www.plonsker.de](http://www.plonsker.de)