

NÖWI-Serie zum Projekt

Teil 4



Filmproduzent Andreas Stiedl aus Schwechat im Gespräch: Abschied vom Motto „Chef dreht selbst“

Lieblingsfilm? Da muss Andreas Stiedl nur kurz nachdenken. Filme sind ja sein Metier: „Der Hofnarr mit Danny Kaye“ kommt die Antwort. Sein Ziel ist aber nicht Hollywood, sondern „ein visionäres Filmproduktions-Unternehmen für Unternehmenskunden“ zu entwickeln.

Der Schwechater Filmmacher ist der Künstler unter den EPU „Sales Stars“. Ein Allrounder: Er kann eine Ausbildung für Schauspiel und Regie in seiner Biografie vermerken, war als Cutter, Tonmeister, Kamera- und Produktionsassistent tätig, ehe er 2001 die eigene AS MEDIA VISION gründete.

„Ich hatte es bisher nicht geschafft, meine Vision zu leben“, beschreibt Stiedl sein Motiv für die Teilnahme am „Sales Star“-Projekt. Er habe erkannt, „dass man außer der künstlerischen Ader auch die geschäftliche einsetzen muss, um nicht von den Kosten in den Boden gestampft zu werden; dass sich mein unternehmerisches Handeln ändern muss, damit ich ans Ziel komme“.

Sein Coach Mario Typplt ortet bei Stiedl „hohe Motivation und wachsendes Selbstvertrauen“, aber auch noch Aufholbedarf „in der Sensibilität für Zahlen, Strategien und Planungsarbeiten. Drauflosarbeiten ist handwerklich in einem Projekt möglich, nicht aber als Unternehmer.“



Foto: Bogi Orzel / z. V. g.

Ein Bild wie dieses – Stiedl hinter der Kamera – soll bald weniger typisch werden. Er will sich künftig mehr den Unternehmer-Aufgaben widmen. Als Filmmacher kann Stiedl auf zahlreiche Auszeichnungen verweisen, darunter die Goldene Kamera in Los Angeles und weitere 8 Internationale Werbepreise für „Mozart 2006“; Vornominierung der Academy zu den OSCARS 2009 mit „Sommerreigen“ und mehr ...

Produkt mit Mehrwert

Im Zuge der Neuausrichtung entstand auch die Geschäftsidee, „ein Produkt anzubieten, das dem Kunden Mehrwert bietet und mir als Producer ermöglicht, das handwerklich besetzte Thema ‚Film‘ mit einer Dienstleistung anzureichern. Durch das Anbieten einer Bewegtbild-Strategie.“ Dabei berät Andreas Stiedl seine Kunden über den strategischen Einsatz von Unternehmensfilmen und die Mehrfachnutzung von bestehendem Film-Content. Dadurch schafft er eine höhere Wertschöpfung

Die Sales Stars werden von MMC gecoacht

Marketing- & Multimedia-Coaches (MMC) verwenden methodische Tools, um damit Klienten und Werbern auf neutraler Basis nachvollziehbare Fakten für die konzeptionelle Kommunikationsarbeit zu liefern. MMC sorgen dafür, dass Spezialisten wie Agenturen, Grafiker/Innen, Mediendesigner/Innen und Texter/Innen sich ganz und gar dem kreativen Schaffen widmen können.

MMC helfen Klienten eine fachlich fundierte Grundlage für Marketing- und Multimediaaufgaben zu erstellen. In einem methodisch geführten Prozess wird in den einzelnen Coachingphasen so vorgegangen, dass ein/e Berater/in mit Fragen eine Art Hilfe zur Selbsthilfe aktiviert.

Infos unter www.marketing-multimedia-coach.at

in der Kommunikationsstrategie.

Coach Mario Typplt spricht von einem „sehr guten Produkt, das gut durchkalkuliert ist.“ Die gemeinsam ausgearbeitete Strategie habe „genau jetzt super Chancen auf Erfolg“. Das Mehrfach-Nutzen von Filmmaterial erhöhe die Wertschöpfung deutlich, ist Typplt überzeugt: „Einen besseren Zeitpunkt für

sagt Stiedl, vor allem auch „die Tatsache, dass man als EPU selbst die ‚Marke‘ ist“. Vom Motto „Der Chef dreht selbst“, hat er sich schon teilweise verabschiedet. Das gelte „nur noch bei der Bewegtbild-Strategie“. Standard-Aufgaben erfüllt er jetzt mit Partnern. „Die gewonnene Zeit möchte ich künftig intensiv dem Verkauf und der Kundenberatung widmen.“

die Produkteinführung gibt es nicht.“ Stiedl konnte mit dem neu entwickelten Produkt sogar schon einen Verkaufserfolg erzielen. „In nur drei Monaten

Blogs der Sales Stars und der Coaches auf www.epu.wko.at

habe ich es geschafft – mich neu zu erfinden und am Markt zu reüssieren. Jetzt muss ich noch ein Verkäufer werden.“

„Ich bin die Marke“

Vieles habe er schon dazugelernt im Team der „Sales Stars“,

Coach Typplt unterstreicht die „enorme fachliche Kompetenz“ seines Mandanten, „er versteht es auch, diese beim Kunden gut rüberzubringen“. Die richtigen Prioritäten zu setzen und sie durchzuziehen, „das ist noch optimierbar“.

Keinerlei „Anpassungs“-Probleme hat Stiedl wegen der aktuell schwierigen Marktlage, „da meine Branche ja in einer ständigen Krise lebt“.

Aber das könnte sich jetzt – im aufstrebenden Film- und Östereich – ändern.

Erfolgs-Tipps vom Sales Star Andreas Stiedl

1. Die rechtliche Absicherung von Logo, Marke und Namen beachten!
2. Gründerservice der WKNÖ und die angebotenen Workshops nutzen!
3. Entwicklung eigener Strategien und aufgeschlossene Marktorientierung



Erfolgs-Tipps vom Coach Mario Typplt

1. Erst loslegen, wenn die Hausaufgaben gemacht sind: Produktdefinition, Kalkulation und Strategie, denn ohne Plan agiert man eben planlos.
2. Logo, Folder usw. sind erst Schritt 2. Sie müssen dem Unternehmensziel entsprechen, nicht umgekehrt.
3. Mut haben zum Fehler-Machen!

